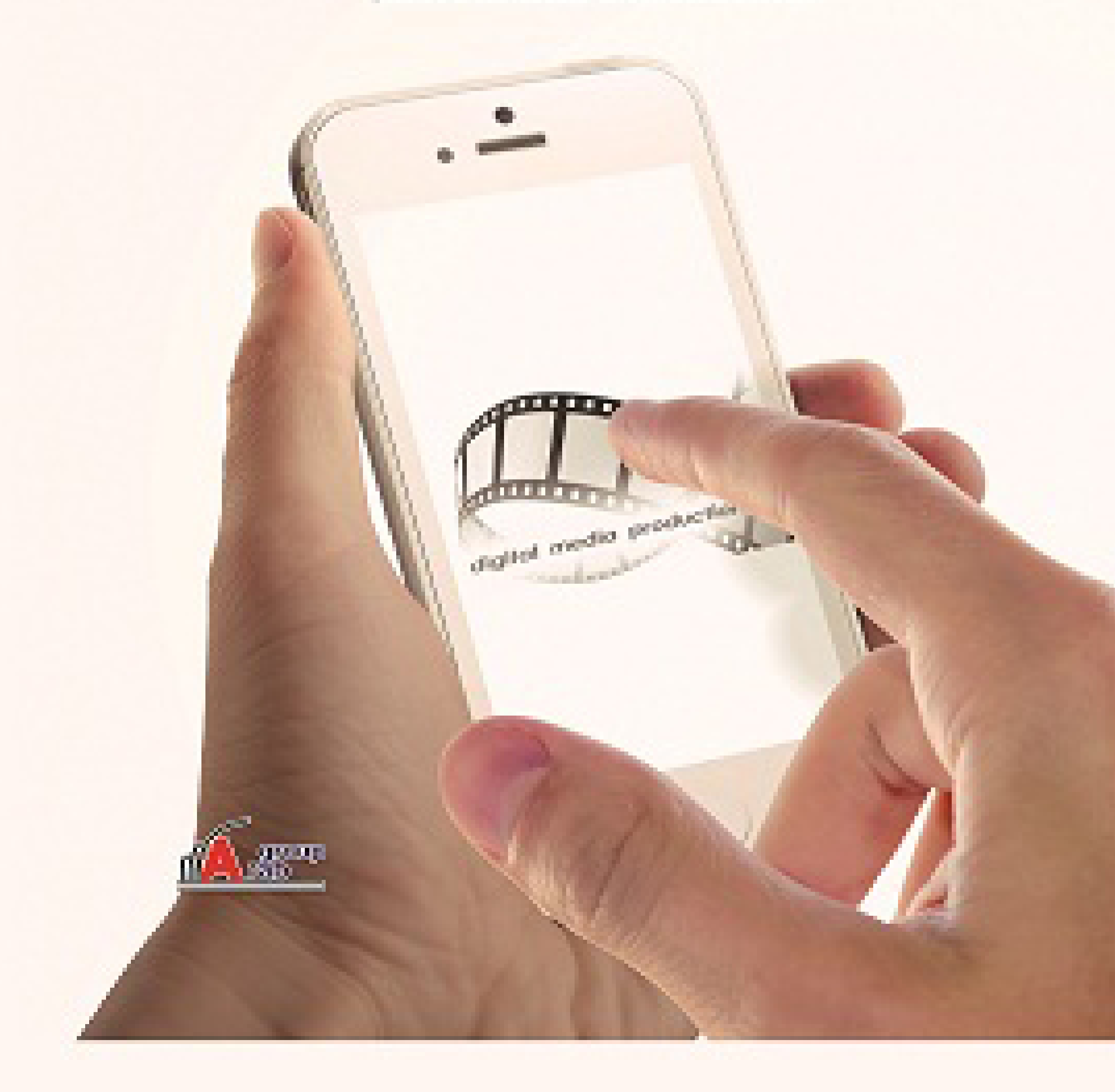
إعلام جديد
تكنولوجيا جديدة

JEAN BURGESS & AXEL BRUNS



إعلام جديد ..

تكنولوجيا جديدة

حقوق الطبعة الإنجليزية

WILEY-BLACKWELL

A John Wiley & Sons, Ltd., Publication

English Edition Copyrights

A Companion to New Media Dynamics

This edition first published 2013

حقوق الطبعة العربية

عنوان الكتاب: إعلام جديد.. تكنولوجيا جديدة

تأليف: John Hartley, Jean Burgess, and Axel Bruns

ترجمة: هدى عمر السباعي

الطبعة الأولى

سنة النشر: 2018

الناشر: المجموعة العربية للتدريب والنشر

8 أ شارع أحمد فخري - مدينة نصر - القاهرة - مصر

Arab group

تليفون: 23490242 (00202)

فاكس: 23490419 (00202)

الموقع الإلكتروني www.arabgroup.net.eg

E-mail: info@arabgroup.net.eg

E-mail: elarabgroup@yahoo.com

هارتلي، جون

إعلام جديد.. تكنولوجيا جديدة/

تأليف: John Hartley, Jean Burgess,

and Axel Bruns؛

ترجمة: هدي عمر السباعي، القاهرة:

المجموعة العربية للتدريب والنشر،

2018 - ط1

249 ص: 24x17 سم.

الترقيم الدولي: 1-119-722-977-978 -

1 الإعلام - تطبيقات حاسب آلي

2- وسائل الإعلام والتكنولوجيا

أ- بروجيس جين (مؤلف مشارك)

ب- برونز، أكسل (مؤلف مشارك)

ج- السباعي، هدى عمر (مترجم)

د- العنوان

ديوي: 301,1610285

رقم الإيداع: 2018/1916



إعلام جديد ..

تكنولوجيا جديدة

تأليف

John Hartley, Jean Burgess, and Axel Bruns

ترجمة

هدى عمر السباعي

الناشر

المجموعة العربية للتدريب والنشر



2018

المحتويات

شكر وتقدير

لم يكن لهذا المشروع أن يرى النور لولا الجهود التي بذلها كثير من الأشخاص:

- **جيني فارجنولي** Jayne Fargnoli- وفريـق عملهـا - بـشركة ويـلي- بلاكويـل للنـشر التـي أعدت الكتاب ومنحتنا الثقة لإنتاج كتاب مختلف إلى حدٍ طفيف، ومن ثم التأكيـد عـلى أهمية عنصر الديناميكية بـ"نشر" الدراسات الإعلامية الجديدة.
- **ساندتنانيكي هول** Nicki Hall، وساعدت مـؤلفي الكتـاب، حيـث مـدت لنـا يـد العـون واستجابت لنداء الواجب بصورة مبهجة ومـشرفة تجـاوزت بهـا كافـة النـواحي العمليـة. بالرغم من ذلك، فقـد تحركنـا "وفقًـا للميزانيـة والوقـت المحـدد"، كـما يقولـون، بفـضل مساعدتها وحرفيتها الشديدة. ولطالما كانت نيكي Nicki زميلة رائعة بجامعة كوينز لانـد للتكنولوجيا QUT كما عملت كالمعتاد على مشروعٍ معقد يضم الكثير مـن الشخـصيات بسعادةٍ بالغة.
- **مجلس البحوث الوطنيّ**، حيث أمدنا بالدعم الماديّ الذي منحنا الوقت المطلوب، والمساعدة البحثيـة، والـدعم المؤسـسي مـن خـلال عـدة مخططـات، منهـا: ديـسكفري بروجكـت DP0879596: "التليفزيون الاسترالي والذاكرة العامة: أساليب جديدة لتناول التاريخ الثقافي للإعـلام بمـشروع بنـاء الأمـة" (هـارتلي)؛ ديـسكفري بروجيكـت DP1094281: "الإعـلام الجديد والاتصالات العامة: تخطيط المحتوى الاسترالي الـذي ينـشئه المـستخدم بالـشبكات الاجتماعية على الإنترنت" (برونز ويـبرجس")؛ بالإضـافة إلى مركـز ايـه آر سيARC لجـودة الصناعات الإبداعية والابتكارية CCI(SR0590002) (هارتلي، يبرجس، برونز).

وأخيرًا، نتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى زملائنا (البالغ عددهم 45) الرائعين المتـألقين والمتميزين عالميًا الذين شاركوا معنا في تأليف هذا الكتاب. إننا نتوجه بالشكر والعرفـان لكـم جميعًا. يا له من كتابٍ شيق ألفتموه!، وهم كالتالي:

أندريز ألبريتشس لوند Anders Albrechtslund:

أستاذ مشارك بقسم الجماليات والاتصالات بجامعة آرهوس بالـدنمارك. دار بحثـه الرئيـسي في نطاق الدراسات الرقابية، فلسفة التكنولوجيا، الإعلام الجديد والأخلاقيات.

بن أسلينجر Ben Aslinger:

أستاذ مساعد بقسم الثقافة والإعلام - جامعة بينتلي - الولايات المتحدة الأمريكية.

يتركز بحثه على ترخيص الموسيقى الشعبية بنصوص ألعاب الفيديو والتليفزيون بجانـب عولمة وحدات التحكم بألعاب الفيديو.

فيونا أتوود Feona Attwood:

أستاذة بقسم الإعلام - جامعة ميديلسكس- المملكة المتحدة.

يتركز بحثها عن الدور الذي يلعبه الجنس بالثقافة المعاصرة بجانب الاهـتمام بـشكلٍ خـاص على "الإباحية" والجنسانية والتكنولوجيـا الجديـدة، والهويـة والجـسد، ووسـائل الإعـلام المثيرة للجدل.

كريستوف بيبير Christoph Bieber:

أستاذ العلوم السياسية - جامعة دويسبورغ- إيسن - ألمانيا.

حيث يدور مجال بحثه الرئيسي عن الأخلاقيات بالمجتمع والإدارة السياسية.

جرانت بلانك Grant Blank:

زميل أبحاث المسح بمعهد أكسفورد للإنترنت، بجامعة أكسفورد، بالمملكة المتحدة.

اهتم على وجـه الخـصوص بـالطرق الكيفيـة والإحـصائية، والأثـر الـسياسي والاجتماعـي للحاسب والإنترنت بالإضافة إلى علم الاجتماع الثقافيّ.

إريك بورا Erik Borra:

مرشح لمنصب دكتور للفلسفة - جامعة أمستردام - هولندا .

يرتكز بحثه عن إعادة التفكير في شبكة الويب كونها تمثل مصدرًا للبيانات عن العلوم الثقافية والاجتماعية.

دانيل برادي Danielle Brady:

محاضرة بقسم الاتصال الجماهيري والثقافي والإعلامي - جامعة إديث كوان - بيرث استراليا. تركز بحثها على الدراسة الاجتماعية للعلوم والتكنولوجيا.

أكسيل برونز Axel Bruns:

أستاذ مشارك - جامعة كوينز لاند للتكنولوجيا - استراليا.

تركز أعماله على تطور منهجيات البحث الجديد بالنسبة لدراسة وسائل الاتصالات العامة بمجالات الإعلام الاجتماعيّ.

جين برجس Jean Burgess:

نائبة مدير مركز ايه آر سي لجودة الصناعات الإبداعية والابتكارات -جامعة كوينز لاند للتكنولوجيا - استراليا يركز بحثها على الابتكارات المنهجية في سياق تغيير البيئة الإعلامية، ولا سيما "التحول الحسابيّ" بدراسة الإعلام والاتصالات.

استيفن كولمان Steven Coleman:

أستاذ الاتصالات السياسية - جامعة ليدز - المملكة المتحدة.

تركز على بحثٍ بعنوان (الطريق إلى التصويت)، الذي يستكشف الأبعاد الجمالية الفعالة للمشاركة الديمقراطية.

كيت كروفورد Kate Crawford:

باحثة بمركز أبحاث مايكروسوفت - جامعة كامبردج - الولايات المتحدة الأمريكية.

أجرت مجموعة من الدراسات واسعة النطاق عن استخدام الأجهزة المتنقلة ومواقع التواصل الاجتماعي حول العالم.

سين كوبت Sean Cubitt:

أستاذ قسم السينما والتليفزيون - جامعة سميثز - لندن- المملكة المتحدة.

ويدور بحثه حول تاريخ وفلسفة التكنولوجيا المرئية، وعن تاريخ الفن الإعلامي والنقد البيئي والوساطة.

رنجانا داس Ranjana Das:

محاضرة بقسم الإعلام والاتصالات-جامعة ليستر-المملكة المتحدة

وتركز أبحاثها على الجماهير الإعلامية والإعلام والأسرة، وتحول الجماهير، والأطفال والإنترنت.

ويليام هـ. دوتون William H. Dutton:

أستاذ دراسات الإنترنت - جامعة أكسفورد، - المملكة المتحدة.

يعد أحد مؤسسي معهد أكسفورد للإنترنت.

إيميلي إيستون Emily Easton:

طالبة دكتوراه بقسم الاتصالات - جامعة إلينوي- الولايات المتحدة الأمريكية.

تركز بحثها على نقاط التقاطع بين الأساس الثقافي والاستهلاك الثقافي والتكنولوجيا.

تشريان جورج Cherian George:

أستاذ مشارك - جامعة نانيانج التكنولوجية - سنغافورة.

يتركز بحثه على الصحافة والسياسة بجانب وسائل الإعلام البديلة على الإنترنت.

جيراد جوجين Gerad Goggin:

أستاذ الإعلام والاتصالات - جامعة سيدني - استراليا.

نشرت مؤلفاتٍ عن الديناميكية الاجتماعية والثقافية للإعلام الجديد.

ليليا جرينLelia Green:

أستاذة الاتصالات - جامعة إديث كوان - استراليا

باحثة مساعدة بالمشروع الأوربي للأطفال بالإنترنت.

تارليتون جليسبي Tarleton Gillespie:

أستاذ مشارك - قسم الاتصالات - جامعة كورنيل - الولايات المتحدة الأمريكية

يتناول بحثه الطرق التي من شأنها توجيه المسار العام من خلال الترتيبات القانونية و السياسة والاقتصادية.

ألكسندر هالافيس Alexander Halavais:

أستاذ مشارك لعلم الاجتماع - جامعة أريزونا - الولايات المتحدة الأمريكية.

يتطرق بحثه إلى النظر بالتساؤلات الخاصة بالتغير الاجتماعي ووسائل التواصل الاجتماعي.

جون هارتلي John Hartley:

أستاذ العلوم الثقافية - جامعة كورتن- استراليا.

شمل بحثه الدراسات الثقافية والإعلامية ووسائل الاتصالات، بالإضافة إلى الصناعات الإبداعية والعلوم الثقافية.

بيرني هوجانBernie Hogan:

زميل البحث بمعهد أكسفورد للإنترنت - جامعة أكسفورد - المملكة المتحدة

يركز بحثه على العلاقة بين الإشارات الاجتماعية الموظفة من الناحية التكنولوجية، مثل (قوائم الأصدقاء، والأسماء الحقيقية، وسجلات العناوين، وغيرها) والهوية الاجتماعية وهيكل شبكة الإنترنت.

إندريك إبراس Indrek Ibrus:

باحث بالمعهد الاستوني للعلوم الإنسانية - جامعة تالين- المملكة المتحدة

تركز بحثه على ممارسات إنتاج المحتوى الإعلامي وتطور القصص الإعلامي وأشكال الويب واسعة الانتشار.

جيفري ب. جونز Jeffrey P. Jones:

مدير معهد العلوم الإنسانية - جامعة أولد دومينيون.

تشارلز ليد بيتر Charles Leadbeater:

مؤلف مستقل يقيم بمدينة لندن - المملكة المتحدة.

ألف الكثير من الكتب عن نشأة شبكة الويب والصناعات الثقافية.

أندرو ليه Andrew Lih:

باحث بمجال الإعلام الجديد، وصحفي تكنولوجيّ، وأستاذ مشارك للاتصالات والصحافة،- جامعة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث قام بتوجيه برنامج الإعلام الجديد.

سونيا ليفينجستونSonia Livingstone:

أستاذة علم النفس الاجتماعي - بمدرسة لندن للاقتصاد والعلوم السياسية - المملكة المتحدة.

تناول بحثها الحديث عن الأطفال، والشباب،والإنترنت، والإعلام والكتابة الرقمية، والميدان المتوسط العام، والاستقبال الجماهيري لمختلف أنواع التليفزيون.

أليس أ. مارويك Alice E. Marwick:

أستاذة مساعدة- جامعة فوردهام - الولايات المتحدة الأمريكية - قسم الاتصالات والدراسات الإعلامية

يتطلع عملها إلى الهوية وثقافة المستهلك عبر شبكة الإنترنت من منظور الخصوصية والاستهلاك والشهرة.

ويلارد مكارتي Willard McCarty:

أستاذ حوسبة العلوم الإنسانية بكلية الملك - المملكة المتحدة.

مؤلف كتاب (حوسبة العلوم الإنسانية)، وهي أشمل دراسة نظرية في مجاله.

زيزي باباكاريسي Zizi Papacharissi:

أستاذة ورئيسة قسم الاتصالات - جامعة إلينوي - شيكاغو - الولايات المتحدة الأمريكية.

تركز عملها على العواقب السياسية والاجتماعية لوسائل الإعلام عبر الإنترنت.

سابن نيدرر "Sabine Niederer:

مديرةمركز البحـوث التطبيقيـة بمدرسـة التـصميمات والاتـصالات - جامعـة أمـستردام - هولندا .

درست تقنية المحتوى على شبكة الإنترنت.

جوسي باريكا Jussi Parikka:

محاضر بمدرسة وينشستر للفنون - جامعة ساوثهامبتون - المملكة المتحدة.

مارك بيس Mark Pesce:

أستاذ بجامعة سيدني للثقافة الرقمية - استراليا.

مستكشف حدود الإعلام والتكنولوجيا، حيث جمع بين الواقع الافـتراضي وشـبكة الويـب العالمية.

توماس بيتيت Thomas Pettitt:

أستاذ مشارك بالدراسات عن النهضة والقرون الوسـطى - معهـد الثقافـة- جامعـة الـدنمارك الجنوبية.

قام بتدريس عدد من الكورسات التعليمية عن المسرح والأدب الانجليزي، ويسعى بحثه إلى دمج الأعراف الـشعبية الدارجـة (الحكايـات والأسـاطير، الأغـاني والقـصص الـشعبية، الأعراف والحفلات الترفيهية) إلى تاريخٍ يجمع بين الثقافات الإنجليزيـة والأوروبيـة اللفظيـة والفعلية.

جون كويجن John Quiggin:

باحث اقتصادي - جامعة كوينز لاند - استراليا.

معلق على السياسة الاقتصادية باستراليا،ويعد من أوائل الأكاديميين الذين قـاموا بالنـشر على موقع إلكتروني باستراليا.

بينلوب روبنسون Penelope Robinson:

مسئولة البحث - جامعة سيدني - استراليا.

تطرق بحثها إلى الدور الذي تلعبه الثقافة الشعبية في تمييز الجيل، أيضاً ركز بحثها على التحول الاجتماعي وتغير الأجيال، وثقافات الإعلام الجديد.

ريتشارد روجرز Richard Rogers:

رئيس قسم الثقافة الرقمية والإعلام الجديد - جامعة أمستردام- هولندا

مدير مجموعة مسئولة عن أداة تتبع الارتباطات والأدوات السياسية-المعلوماتية الأخرى.

توني د. ثامبثون Tony D. Sampson:

كاتب وباحث أكاديمي وحصل على الدكتوراه من قسم الاجتماع - جامعة إسيكس - لندن

ألقى كثير من المحاضرات عن وسائل التكنولوجيا الجديدة والخبرات الفاعلة والتصميمات التفاعلية.

جان هنريك سكمديت Jan-Hinrik Schmidt:

باحث رفيع المستوى بمجال الإعلام التفاعليّ الرقميّ والاتصالات السياسية بمعهد هانزبريدو -ألمانيا.

وقد ركز بحثه على الخصائص والتطبيقات والمردود الاجتماعي للاتصالات التي تعتمد على شبكة الإنترنت وشبكة الويب الاجتماعية.

ثيرسا م. سينفت Theresa M. Senft:

محاضرة - بجامعة إيست - لندن

تطرقت إلى موضوع "الجنسانية والفضاء". وأظهرت بعض أفكارها بعدد من الميادين الإعلامية.

بيلي سنيكرز Pelle Snickers:

رئيس مركز البحوث - بالمكتبة القومية -السويد

نشر عدد من الكتب بمجال التاريخ الإعلامي والإعلام الرقمي.

بيتر سويرسكي Peter Swirski:

أستاذ الثقافة والأدب الأمريكي - جامعة ميسوري-الولايات المتحدة الأمريكية.

يتطرق بحثه إلى الأدب والدراسات الأمريكية، كما تناول الحديث عن التليفزيون الصينيّ والروسيّ والأوروبيّ بجانب خدمة البث العالمية لشبكة بي بي سي BBC.

إيستر ويلتفريد Esther Weltevrede:

مرشحة للدكتوراه بمبادرة الطرق الرقمية وبرنامج الإعلام الجديد بقسم الدراسات الإعلامية - جامعة أمستردام - هولندا.

يتركز بحثها حول دراسات الويب القومية والمنصات والسياسة المحركة.

باتريك ويكستروم Patrik Wikstrom:

أستاذ بجامعة نورث إيسترن - الولايات المتحدة الأمريكية.

يقوم بتدريس برنامج عن صناعة الموسيقى، ويتركز عمله في الأساس على التعلم والإبداع بالمؤسسات الإعلامية والموسيقية.

باسيل زيمرمان Basile Zimmermann:

أستاذ مساعد بمجال الدراسات الصينية - جامعة جنيف – سويسرا.

تدور مشاريعه البحثية حول الموسيقى الإلكترونية بمدينة "بكين" وتصميم مواقع التواصل الاجتماعي الصينية، وإعلانات الإنترنت في الصين، ومنهجية الدراسات الصينية.

الإعلام الجديد والتكنولوجيا

طريقة جديدة لدراسة "الإعلام الجديد"

جون هارتلي "John Hartley" و جين بورجس "Jean Burgess"

و أكسيل برونز "Axel Bruns"

ما الجديد ...؟

يُستخدم مصطلح "الإعلام الجديد" منذ عشرات السنين حتى الآن، وقد نلتمس العذر لكل من يتساءل عن مدى استخدام المنصات والأشكال الرقمية بوصفها "جديدة"، أو حتى مدي مساهمة دراسة الإعلام الجديد في المعرفة. هل من الممكن أن نقول أشياء جديدة عن الإعلام الجديد؟ نعم، نعتقد ذلك. لا يوضح هذا "المرفق" تنوع ومزايا وأهمية الإعلام الجديد فحسب، بل يفترض أيضًا طريقة مميزة لدراسة الموضوع ألا وهي ما تُسمى بـ "ديناميكية الإعلام الجديد". وفي هذا الإطار، فإن الاهتمام بالإعلام الجديد لا ينصب على التجديد بحد ذاته ولكن على "الديناميكية". فالرأسمالية والتكنولوجيا والشبكات الاجتماعية والإعلام كلها مفاهيم تتغير وتتطور أحيانًا لبعث السرور في نفوسنا، وأحيانًا أخرى لبث الخوف في نفوسنا. والآن، تعتبر هذه العملية المستمرة للانقطاع والتجديد والإحلال النهائي (حتى لو كان جزئيًا في الكثير من الأحيان) إحدى الخبرات الأساسية للبشرية.

وتضم هذه السلسلة ذات الحد القاطع مجموعة ممتازة من أبرز الباحثين بالعالم، والرواد على المستوى الثقافي، والعلماء الناشئين لدراسة "ديناميكية" الإعلام الجديد متعددة الاختصاصات بالكامل من الناحيتين التاريخية والنقدية.

... عن الإعلام الجديد:

يظن الجميع أنهم على دراية كاملة بمعنى مصطلح "الإعلام الجديد"، ولكن يظل هذا المصطلح متغيرًا ومشروطًا من الناحية العملية. حيث تصف كلمة "جديد" شيئًا حقيقيًا منذ أن كانت الاختراعات تظهر بصفة مستمرة،إلا أنها تظل دائمًا غير كاملة بل ومثيرة أيضًا للجدل، مع الإعلام المختلف المتضمَن والمستثنَى من أي استخدام معين ومع مرور الوقت.

وبالرغم من ذلك، يوجد هذا المصطلح باللغة العامية والأعمال الأدبية، ويرجع ذلك على الأقل بسبب ظهور منصات وأشكال جديدة خلال فترتي التسعينات والألفينيات التي أثرت بدورها على الاتجاه السائد للإعلام اليوم، ومن ثم أثرت على مجال البحث والتعليم أيضًا. والجدير بالذكر أن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة (مثل: الإذاعة والتليفزيون والسينما) وإصدارات النشر (مثل: الصحف والمجلات والكتب) قد أصبحت صناعات مترابطة وهدفًا للدراسة بالنسبة لجيل أو أكثر. علاوةً على ذلك، فإن ظهور الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية ذات المنصات الرقمية والمرتبطة بالشبكة والأشكال الإعلامية التي نقلت "الإعلام" من معناه المألوف إلى الأجهزة المتنقلة و"غيرت" مفهوم الناس عن "الإعلام". وما يُعتبر "جديدًا" في هذا السياق هو هذا الشكل الإعلامي الذي انتقل جذريًا من النموذج الإذاعي أو نموذج الإعلام الجماهيري.

والآن، يتضح لنا أن مصطلح "الإعلام" هو بالفعل مصطلحًا مزعجًا شأنه في ذلك شأن المصطلح "جديد" حيث إن بعض الابتكارات الأكثر إزعاجًا لا تشبه "الإعلام" على الإطلاق مقارنةً بالابتكارات السابقة. وعلاوةً على ذلك، بالرغم من استقرار الوضع حاليًا إلا أن الأمر ما زال غامضًا عما إذا كان من الممكن إطلاق مصطلح "وسيط" على شكل أو منصة أو تطبيق معين. إنها ليست مشكلة تعريفية فحسب ولكنها أيضًا سمة من

سمات البيئة التجارية المنظمة،حيث تحقق بعض المشاريع المهمَلة وغير المدروسة (كما يبدو) نطاقًا عالميًا على نحو مفاجئ كما تؤثر سلبًا على إمكانية نجاح صناع القرار الحاليين من بينهم الشركات الدولية وكافة القطاعات الإعلامية. وبعبارة أخرى، لا يمكن النظر لمصطلح "الإعلام الجديد" باعتباره جزءًا من عملية تدريجية للتطور المتزايد أو كميزة تنافسية ضمن المنظمات والأشكال الثابتة. فضلاً عن ذلك، فإنهم يفسرون عملية "التدمير المبتكر" للعالم شومبيتر بالشركات المستقلة كما يوضحون خطط الأعمال المجربة والمعتمدة (شومبيتر 1942) التي استمر العمل بها بالنموذج "الصناعي" المتوارث لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائل التواصل الجماهيري، والثقافة الشعبية.

ويلي ذلك أمثلة عن "الإعلام الجديد" الذي طالما عكس تاريخ تشكيل هذه القائمة، ومن ثم يجب النظر بعين الاعتبار إلى التغييرات التاريخية - ليس فقط ما يتعلق بتعاقب تأسيس، واعتماد، واستبقاء، والانحطاط النهائي للإعلام الجديد بحد ذاته، ولكن أيضًا فيما يتعلق بالمجال العلمي الذي ينبغي أن يكون ديناميكيًا ومتغيرًا شأنه في ذلك شأن غايته التحليلية. وبالتالي، فإن "الدارسات الإعلامية الجديدة" تتطلب إعادة تشكيل الطرق التخصصية والتعاون بين القطاعات التخصصية الجديدة. ومن الضروري أيضًا دراسة عملية التجديد المخل بالنظام ولا سيما تعرف السمات الهدامة لكل شكل من أشكال الإعلام الجديد وذلك لإضافة الديناميكية كجزء من الموضوع قيد الدراسة. وبالتالي، يندرج هذا المصطلح ضمن هذا العنوان.

ويمكن النظر لـ "الديناميكية" باعتبارها "داخلية" و"خارجية"؛ داخلية، لأنها تشير إلى التغير السريع الذي يطرأ على وسيط معين جديد مع مرور الوقت، وخارجية، لأنها تتناول العلاقات المثيرة ضمن مجال وسائل الإعلام المختلفة - مثل: العلاقة بين البث التلفزيوني أو الصحف المطبوعة من ناحية، ومقاطع الفيديو المباشرة مثل: مقاطع اليوتيوب وجميع المدونات الموجودة على شبكة الإنترنت من ناحية أخرى. وإذا افترضنا وجود عدد من العلاقات المزعجة غالبًا بمختلف المنصات، فإن التحليل الهيكلي للمنصة الواحدة المتعارف عليه بالدراسات الإعلامية يصبح غير كافٍ لتفسير ما يحدث بالإعلام الجديد.

وعند زيادة التركيز على "ديناميكية" الإعلام الجديد، فإننا نـتمكن بـالأحرى مـن تحديـد المساهمة المتزايدة بالدراسات الإعلامية الجديدة التي توفرهـا المجـالات التـي تتميـز بتـاريخ حافل بدراسة العمليات والأنظمة الديناميكية من المنظور التجريبي والنظري. إن تيار الأفكار المستمدة من بعض المجالات المتـشعبة مثـل: العلـوم التطوريـة، وعلـم الاقتـصاد، وتحلـيلات شبكة الإنترنت، والفيزياء، وعلم الرياضيات تعلن عن كثير من المـساهمات في هـذا الكتـاب - باعتباره مجالاً ديناميكيًا بحد ذاتـه - كـما أن الدراسـات الإعلاميـة بحـد ذاتهـا تخـضع حاليًـا لعملية احتواء وتكيف سريع مع هذه المؤثرات الخارجية. والجـدير بالـذكر أن عمليـة التغـير المذكورة ينتج عنها مجموعة من الأدوات المدروسة - كما نعتقـد - والتـي توصـف بأنهـا أكـثر الأدوات التصورية قوة ومرونة تُستخدم بهدف الاستمرار في دراسة "الإعـلام الجديـد" ومركـزه في هذا العالم.

ديناميكية هذا الكتاب

إن سلـسلة ديناميكيـة الإعـلام الجديـد" تتخـذ موقفًـا براجماتيًـا تجـاه الموضـوعات التعريفية؛ ولذلك:

- لأنها "جديدًا" فإن هذا النوع من الإعلام يرتبط بعـصر مـا بعـد الإذاعـة مـن وسـائل اتـصال تفاعلية وتشاركية وذلك باستخدام الإمكانيات الرقمية المتصلة بشبكة الإنترنت.
- لأنها "إعلامًا"، فإنه يمكن اسـتخدام هـذه التطبيقـات، التـي حققـت انتـشارًا مطلقًـا بـين الشعوب والأقاليم، من جانب المستهلك العادي (وهو ما يتعارض مع الخـبراء المختـصين) ولاسيما عندما يكون هذا النطاق الشعبي منتجًا في حد ذاته لإمكانيات "جديدة" أو غـير مسبوقة.
- لأنها تشمل ديناميكية التغيير باعتبارها جزءًا من موضوع الدراسـة والمجـالات التـصورية والنظرية المتطورة التي لم تُفسر فحسب بل استبقت التغيرات التالية.
- فهم عملية التجديد التمزيقي للأمثلة العقلانية بشكل انعكاسي باعتبارهـا جـزء لا يتجـزأ من مجال الدراسة.

وبالتالي، فإن هذه السلسلة تساعد في تنظيم عملية "التدمير المبتكـر" للإعـلام المتـوارث والدراسات الثقافية عند دراسة أشكال وأجهزة الإعلام الجديد. ويعتبر هذا الأمر بالغ الأهميـة في سياق التعليم الرسمي حيث تنشأ علاقة حتمية بـين الحاجـة إلى مـنهج ثابـت (مـن خـلال وضع "قانون" للأشكال والأساليب والطرق المختارة) وتدريس آخر التطورات التي قد تبدو غير متسقة أو غير ذات صلة بالموضوع ما لم يتم استعراض هذه الابتكـارات باعتبارهـا جـزءًا مـن سلسلة المعلومات المراد استيعابها.

وبالمثل، فإنه في حالة عدم الربط بينها وبـين الحاجـة إلى بـرامج منهجيـة متكـررة (مـن بينها اختيار صور مناسبة من علم أصول التربية والتدريس، والمنهج الدراسي، والتقيـيم)، فـإن البحث أيضًا يتطلب نطاقًا تصوريًا واضحًا ومنظورًا مفسرًا عند ضرورة إجـراء مـساهمة بنـاءة أكثر عمومية في هذا الفرع من المعرفـة. ولـذلك، فـإن التحـدي هنـا يكمـن في رؤيتـك لمجـال وموضوع الدراسة على حد سواء باعتبارهما موضوعات متـشعبة وديناميكيـة ومتغـيرة إلا أن أسلوب دراستهما متسقٌ وواضحٌ.

وتطرح هذه السلسلة مدخلاً لدراسة "الإعلام الجديد". وحيث إن هذه الدراسة تتـصف بكونها متشعبة وبرجماتية فيما يتعلق بهذه الظاهرة الخاصة التي تُعرف بـالإعلام الجديـد في الوقت الحاضر إلا أنها تقدم أسلوبًا متسقًا وشـاملاً كونـه أسـلوبًا جديـدًا في إجـراء الدراسـات الثقافية والإعلامية . ويهدف هذا الأسلوب إلى ظهور نطاقات تفـسيرية جديـدة أكـثر ملاءمـة للحقائق قيد الدراسة.

هذا الكتاب....

يعتمد هذا الكتاب على القضايا والمفاهيم الاستدلالية موضحًا المقصود بهما من خلال نطاق من المجالات النموذجية، ويتناول هذا الكتاب التكنولوجيا وأشكال الإعلام القائمة والناشئة، كما يركز على الأساليب - مثل "الإعلام الجديد" - التي يمكن من خلالها تمثيل أشكال متعددة من المعالجة، وكذلك التقارب الاجتماعي والثقافي والتكنولوجي. علاوة على ذلك فإن هذا الكتاب مقسم إلى أجزاء فرعية وهي: الثقافة والهوية، والسياسة، والمشاركة، والمواطنة، والمعرفة، والأجيال الجديدة إلى جانب تتناول بعض القضايا التقليدية مثل: الدراسات الإعلامية والاتصالات - والدراسات الإعلامية الثقافية، وبعض القضايا الأخرى التي تتعلق بالهوية والعلاقات والمعنى والمعرفة.

كما تضع هذه القضايا في السياقات المختلفة لـ "الإعلام الجديد"

ويلمح هذا الكتاب إلى الأجيال الجديدة دائمة الانشغال، بينما نتحدث الآن، بإختراع "إعلام جديد" حيث يتلاعبون بالنسخ والاكتشاف ويخالفون هذا النمط الحالي الذي يوصف بأنه "جديد".

فقد تطرقت الباحثة "فيونا أتوود Feona Attwood "إلى الحديث عن "فتيات كاميرات الويب"، حيث يصورن الهيمنة الحالية لأصحاب المدونات بموقع الويب، علاوة على ذلك تنظر "ثيرسا سينفت "Theresa senft إلى الجهة الجديدة نسبياً للهوية المتوسطة أو "الذات المميزة بعلامة تجارية" باعتباره مشهور مصغر، كما تنظر أيضاً للطرق التي من شأنها إعادة صياغة هذا المفهوم كونه منتجاً للجمهور فضلاً عن الموضوع.

واستنادًا إلى علم الاجتماع ومبدأ المساواة بين الرجل والمرأة شكلت الباحثة "أليس ماروبك Alice Marwick نظرة شاملة قوية لبعض القضايا الأساسية بدراسات معاصرة سائدة حتى

مشكلة الهوية الاجتماعية فيما يتعلق بالإنترنت بإعتباره نتاجًا للتفاعل والحوار والأداء، وانتهت الباحثة إلى أن الانتقال من وإلى مفاهيم الخصوصية والتعددية الذي يصور حالياً الأفكار وممارسات الهوية قد يستمر تماماً لبعض الوقت.

أما مفهوم الهوية "الشبكية" المعقدة فقد تطرق الباحث "جان اسكمديت Jan Schmidt" إليه ويقصد بها الهوية السلسلة المتغيرة التي تعتمد بدرجة كبيرة على السياق، ويمكن التعبير عنها عبر سلسلة مما يوصف بـ "المجالات الشخصية العامة" التي تتكون عندما يعرض المستخدمون معلومات شخصية على الملأ

السياسة والمشاركة والمواطنة

يفترض الباحث **استيفن كولمان** Stephen Coleman أنه يُمكن إعادة تعريف السياسة من خلال مفهوم الإعلام الجديد حيث يرى أن هناك "نافذة من السياسة على شبكة الإنترنت". وبالتالي، يتم رفض المفردات والمنطق التأسيسي للسياسة بينما تتخلل أشكال جديدة ومرحة من التعبير والمشاركة العملية في مجال السياسية، بالرغم من المحاولات الصارمة لتثبيط هذه التغيرات.

ونجد شريان جورج Cherian George يقدم مدينة سنغافورة باعتبارها تكشف كيفية استخدام الإعلام الجديد للتأثير على التغير السياسي. ويشير الباحث إلى أن "العلاقة الجدلية الديناميكية بين سلطة الدولة والتمرد الذي تدعمه شبكة الإنترنت" تعد بمثابة دليل على أن نشطاء سنغافورة يستخدمون الإنترنت لقلب أجهزة سُلطة الدولة ضد الدولة ذاتها.

كما ناقش الباحث **جيفري ب جونز** Jeffery P. Jones "تأثير الكوميديا الساخرة على المواطنة الديمقراطية والمشاركة السياسية" وقد لاحظ الباحث ظهور الكوميديا السياسية الساخرة بالعروض التلفزيونية ردًا على الفساد والركود بوسائل الإعلام واعتبرها مثالاً على استخدام الأداء واللعب كأدوات للمواطنة.

بينما ركز الباحث **تارليتون جليسبي** Tarleton Gillespie على انتشار مصطلح "المنصة" واللحظة المميزة في تطور الاقتصاد الثقافي للإعلام الجديد الذي يقدمه. وقد

كشف الباحث عن تغلغل هذا المصطلح حيث استُخدم من خلال الخدمات المعتمدة على شبكة الإنترنت مثل: موقع اليوتيوب والفيسبوك وتويتر، وقد أظهر أن هذا المصطلح متعدد التكافؤات يسمح لمجهزيّ المنصات وباقي الممثلين بالحفاظ على مخاطبة دوائر انتخابية متعددة متنوعة الاهتمامات.

وقد تعقب الباحث **أليكس برونز** Alex Bruns تطور الصفحات الشخصية الرئيسة بدايةً من صفحات الويب HTML حتى الصفحات الشخصية بشبكات التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، فقد أشار الباحث إلى التوتر القائم بين مبدَأَي الفردية وتوحيد القياس بين الهوية الشخصية والتضمين الاجتماعي، كما أكد على الحضور الشخصي للفرد في التشابكات الموجودة بين هذه النماذج المختلفة وبين المنصات.

المعرفة والأجيال الجديدة

لخص الباحث **مارك بيسك** Mark Pesce أدوات الإعلام الجديد المتاحة حاليًا للبشرية كلما دخلنا عصر "تعدد وسائل الاتصال ووسائل التوزيع وطرق التخابر والتفويض." ويفترض الباحث أن البيئة الجديدة التي نشأت حاليًا سوف تُعيد تعريفنا وتعريف علاقاتنا وتراكيبنا الاجتماعية، وهذه العملية لإعادة الترتيب قد بدأت للتو. وبناءً على تحليلاته المادية لأمثلة من الشبكات الصينية، فقد أوضح الباحث **باسيل زميرمان** Basile Zimmermann كيف تمكنت تقارير وصفية لظاهرة متميزة، حتى في عصر "البيانات الهائلة"، من تشكيل نقاط للمقارنة تُفيد في فهم دور الاختلاف الثقافي في الإعلام الجديد - ليس فقط من خلال اللغة ولكن أيضًا من خلال التصميم والطراز المعماري لمنصات الإعلام الجديد. وقد أشار الباحثان **توني سامبثون** Tony Sampson **وجوسي باريكا** Jussi Parikka إلى الدروس التي قد نتعلمها من الخلل الوظيفي لشبكة الإنترنت مثل: الفيروسات والبرمجيات الخبيثة والممارسات "الخطيرة" الأخرى للإعلام الجديد. ويفترض الباحثان أن شبكة الإنترنت هي "البيئة المثالية لمشاركة المعلومات ونشر الفيروسات" . والجدير بالذكر أن نفس العمليات التي تؤدي إلى الخلل الفيروسي، تساهم أيضًا في مشاركة الأنشطة المفيدة. أما فيما يتعلق بالمقالق الاجتماعية المستمرة بشأن الشباب والإنترنت وقد فقد

خلُصت أبحاث الباحثتين **ليليا جرين** "Lelia Green" **ودانيل برادي** "Danielle Brady" التي أُجريت على بعض برامج الصغار بالإنترنت بالاتحاد الأوروبي واستراليا في محاولةٍ منهما لاستكشاف الأفكار المحفوفة بالمخاطر، والشباب على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى مفاهيم وخبرات الشباب عن استخدام الإنترنت من بينها مخاطر الإنترنت.

وانتقدت الباحثتان كيت كروفورد "Kate Crawford" وبينلوب روبينسون " Penelope Robinson" فكرة "الشباب" ذاتها باعتبارهم يمثلون فئةً بالغة الأهمية في هذه المناظرات. ولاحظت الباحثتان، عبر دراسة التاريخ، أن "دراسة الأجيال" تتكرر باستمرار في الدراسات التي تُجرَى حول تكنولوجيا الإعلام الجديد حيث أصبحت عنصرًا مميزًا بالأفكار المعاصرة مثل عبارات "المواطن الرقمي" و "نحن وهم" التي تصاحب مثل هذه المفاهيم في كثير من الأحيان. وقد دعت الباحثتان إلى إجراء مزيد من الأبحاث الشمولية متعددة الأوجه لفهم العلاقات القائمة بين الهوية والتكنولوجيا.

وبشكل عام، يمكن استخدام هذا الكتاب باعتباره "رفيق جيد" والذي يمكن للقارئ من خلاله استكشاف أشكال الإعلام الجديد والأجهزة الإعلامية خطوة بخطوة من البداية حتى مرحلة الويكيبديا ، ومن مرحلة الواي فاي حتى مرحلة الويكيلكس. ويمكن قراءة هذا الكتاب بشكل مركَّز باعتباره دراسة موجزة للموضوعات والأصوات كلٍ منهما بما تحمله من إيقاع وأفكار هامة. وككافة التوزيعات الموسيقية، فإن الكل أشمل من الجزء. أما بالنسبة لروح الإبداع والتعاون والحوار الموجودة بعدد كبير من فصول هذا الكتاب، فإن هذا الرفيق يدعو قُرَّاءَه من الباحثين وصناع السياسة ورجال الأعمال والطلاب والمستخدمين إلى إضافة أصواتهم لهذه الأغنية.

المراجع

بوتس، ج. جنينجهام، س. هارتلي، ج. ، و أورميرود، ب. (2008) "أسواق الشبكة الاجتماعية: تعريف جديد للصناعات المبتكرة." مجلة الاقتصاد الثقافي، 32(3)، 167-185.

اسكمبيتر، ج. (1942)، الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية. نيويورك: هاربر آند برزرز.

الفصل الأول

المشهور المصغر والذات المميزة بعلامة تجارية

تيريسا إم. سنفت Theresa M. Senft

مقدمة: أزمة الهوية

تكتب كوبينا ميرسر Kobena Mercer: "تصبح الهوية قضية فقط حينما تنطوي عليها أزمة، حينما تحل تجربة شك أو عدم يقين محل شيء ثابت ومترابط وراسخ" (1990: 43). في هذا الفصل، يروق لي النظر في شكل جديد نسبيًا من الهوية مرتبط بشكل شبه حصري بشبكة الإنترنت ويتم الحديث عنه بصورة متزايدة عبر لغة الأزمة: فكرة الذات باعتبارها "مشهورًا مصغرًا" (Microcelebrity). صغت المصطلح في عام 2001 أثناء إجراء بحث في كتاب عن "فتيات كاميرات الويب" (Camgirls): الفتيات الشابات اللاتي كن يبثن حياتهن عبر الإنترنت (سنفت Senft 2008). حينها، كنت أحاول وصف كيف وظفت تلك الفتيات تكتيكات الصور الثابتة ومقاطع الفيديو والتدوين والروابط المتداخلة لتقديم أنفسهن كحزم أو مجموعات مترابطة مميزة بعلامة تجارية لمعجبيهن على الإنترنت.

منذ ذلك الوقت، اقتحم خطاب "ميزني بعلامة تجارية" المجال العام: راجع قسم التجارة والأعمال بأي مكتبة وستجد على الأقل ستة عناوين تحث على أهمية "تمييز الذات

بعلامة تجارية" (Self-branding). وبنفس الأسلوب، انتقلت ممارسة المشهور المصغر (والتي أعرفها بأنها الالتزام بنشر هوية الشخص على الإنترنت والمحافظة عليها كما لو كانت سلعة مميزة بعلامة تجارية، مع توقع أن يفعل الآخرون الشيء نفسه) من حواف شبكة الإنترنت إلى بثها التدفقي الرئيسي. حينما يطلب الناس أمثلة لممارسة المشهور المصغر، أجيب بأن أطلب منهم النظر فيما إذا كانوا هم أنفسهم يفعلون هذا على الإنترنت. هل سبق وأن فكروا مليًا فيما إذا كان شيء ما ينتمي إلى موقع ويب خاص بالعمل أو المنزل؟ أو حذفوا أو ألغوا تسمية صور رديئة منشورة بواسطة آخرين على الإنترنت؟ أو ساورهم القلق إزاء إعدادات الخصوصية على خدمة تواصل اجتماعي؟ أو قرأوا موقع ويب مخصص لـ "الدعاء لـ " أو "في ذكرى" شخص ما؟ كل هذه الأمور تعد جزءًا لا يتجزأ من المشهور المصغر.

وحتى بالنسبة لهؤلاء الذين يعدون أنفسهم خارج نطاق الشبكات فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تبدو بعض الحقائق الأساسية واضحة على نحو متزايد. أولاً، يبدو أن ثمة إجماعًا متناميًا على أن المراقبة هي مطلب يومي، لا سيما عند الحديث عن الوقت الذي يقضيه الشخص على الإنترنت. بالطبع لقد فهم الموظفون منذ وقت طويل كيف يضبط أصحاب العمل سلوكهم عبر الإنترنت بواسطة أدوات مثل "جدار الحماية" (Firewall).

الأمر المغاير اليوم هو أنهم الآن أيضًا خاضعون لمراقبة من قبل الشركات التي يوظفونها "لأجل المرح" حيث يتم التعامل مع الخصوصية، على نحو متزايد، بوصفها شيئا ينضم إليه المستخدمون (بدلاً من أن ينسحبوا منه). إن ما يعنيه هذا بالنسبة للمستخدمين هو أنه ما لم يتم التعبير عنها بوضوح بصورة أخرى، فإن تحديثاتهم واهتماماتهم و"إعجابهم" يتم نشرها على الفور للآخرين بواسطة سمات هيكلية مثل المؤشرات والتغذيات. علاوة على ذلك، فإن هيكل مواقع التواصل الاجتماعي يشجع المستخدمين أيضًا على مراقبة أنشطة الآخرين، كل ذلك باسم التواصل الاجتماعي. مثلما يوضح كاتب في مجال الإعلام، فإن هذه السمات "تجعلك تعرف أصدقاءك على نحو أفضل مما تخيلت

على الإطلاق أنه بإمكانك" (بار Parr 2011). وللعمل بشكل مسؤول في ظل هذه الظروف، كما يفيد المنطق، يتعين على المرء دومًا أن يتصرف على الإنترنت مثلما قد يتصرف إن وضع على منبر عام، لأنه، من منظور واقعي جدًا، يعد هذا وضعًا مماثلاً.

ويرتبط بالاعتقاد أن شبكة الإنترنت قد أضحت منبر رأي مفاده أن الشخص الناجح لا يحتفظ بمكان على ذلك المنبر فحسب؛ بل يدير ذاته على الإنترنت بنوع الرعاية والاستمرارية الذي عادةً ما يظهره هؤلاء الذين اعتبروا ذواتهم تاريخيًا هي نتاجهم الخاص: الفنانون ورواد الأعمال.

غير أنه في الوقت نفسه الذي يبدأ الناس فيه في إدراك حضور مترابط منطقيًا على الإنترنت بوصفه عنصر جيد ونافع، يتعلمون أيضًا أن الدعاية السلبية ربما تكون خطيرة بحيث تهدد وظيفة الشخص وعلاقاته وصورة ذاته. وهذا مصدر قلق ثقافي متزايد فيما يتعلق بـ "المشاركة المفرطة" على الإنترنت، التي تتخذ صورًا عديدة: قصص أشخاص فصلوا من وظائفهم بسبب شيء نشروه على Twitter؛ زيارة لأبوين من قبل السلطات بعد نشر طفل مقطع فيديو منزلي على "يوتيوب"؛ غضب أسرة لدى علمهم بحمل ابنة لهم عبر مدونة أقرب أصدقائها؛ محبان يعلمان أن علاقتهما الآن "معقدة" عبر Facebook - وتمضي القائمة.

الهوية على الإنترنت: الإعلام والتسمية والفعل

إذا كان مفهوم المشهور المصغر مثقلاً للغاية، فلِم يستحوذ على اهتمامنا؟ عند محاولة فهم "أزمة" المشهور المصغر، قد يفيدنا استرجاع وظائف الهوية على الإنترنت بثلاث طرق على الأقل. أولاً، هناك هوية الإنترنت نفسها. مع وضوح الظهور الأخير لبادئة "اجتماعي"، فقد تحولت الهوية بمرور الوقت: لقد تحولت شبكة الإنترنت، التي كان يُنظَر إليها في الأصل على أنها مساحة لإجراء الأبحاث وأداة للتعاون من أجل المعرفة، إلى مكان يعزز التجمع والتواصل و"الحديث بحرية".

يرتبط المفهوم الثاني (والأكثر شيوعًا) للهوية على الإنترنت بهويات البشر الذين يستخدمون الإنترنت. فمثلما يفعلون من دون اتصال بالإنترنت، يعرِف المستخدمون

أنفسهم ويعرِفهم آخرون، عبر نطاق من الفئات المتداخلة مثل النوع الاجتماعي والجنسانية والعرق والعمر والديانة واللغة والقدرة والجنسية والجالية. إن لغة "التسمية" (Naming) هذه ليست عارضة ولكنها موروثة إلى حد ما: يتلقى غالبية الأكاديميين الذين يكتبون عن الهوية على الإنترنت التدريب في مجالات مثل الأنثروبولوجيا، أو علم الإنسان، وعلم الاجتماع ودراسات العرق والنوع الاجتماعي والدراسات الإعلامية والدراسات الثقافية، حيث تكون مثل تلك اللغة شائعة. بدأ السواد الأعظم منهم مسيرته المهنية بإجراء عمل موجه لقضية الهوية خارج نطاق شبكة الإنترنت ونقلوا تلك المعرفة المكتسبة من خارج الإنترنت إلى منافذ على الإنترنت مع تنامي شعبية الإنترنت.

ومع ظهور مفهوم "المواطن الرقمي" (Digital Native)، ظهرت طريقة ثالثة للتفكير في الهوية على الإنترنت: كما تتشكل بما يفعله الناس أثناء اتصالهم بالإنترنت. وعندما يصاغ مفهوم الهوية بهذه الصورة، تظهر اللغة المتعلقة بالأداء والكتابة والقراءة والتفاعل واللعب والمشاركة والتصفح. من الواضح أن فئتا الهوية الثانية والثالثة الموضحتين آنفًا تتداخلان: قد يكون الشخص مدونًا فارسيًا يشارك على أحد المواقع ويتصفح آخر؛ مقامر يهودي مثلي أصم؛ فتاة كاميرا ويب ذات احتياجات خاصة؛ وهكذا. لقد كان هذا التداخل بين نظريتي "التسمية" Naming و"الفعل" (Doing مهمًا لأبعد الحدود لمجال أبحاث الإنترنت. لقد أمدت نظريات "الفعل" - الآتية بشكل عام من باحثي إثنوغرافيا الإنترنت ودراسات الألعاب وخبرة المستخدم - بملاحظات عن الهوية على الإنترنت المليئة بالوصف المكثف والالتزام طويل المدى. على العكس، لم تكن "نظريات التسمية" ذات قيمة في وقف التفاؤل الساذج (والمدفوع من قبل الصناعة في الأغلب) الذي مفاده أن الشخص يمكن أن يكون "أي شيء" على الإنترنت، بصرف النظر عن الواقع النفسي والاجتماعي والسياسي في حالة عدم الاتصال بالإنترنت.

الإنترنت كسوق؛ والمستخدمون كبائعين ومشترين وسلع

من بين جميع التغيرات في الهوية التي قد مرت بها شبكة الإنترنت على مدار فترة الأربعين عامًا الماضية، ربما كان أكثرها إثارة للنزاع هو تحولها الأخير إلى وسيلة لإنتاج

سلع وشرائها وبيعها، مدفوعة بالإعلان على الإنترنت والتجارة الإلكترونية. وفقًا لجيه بي مورجان J.P. Morgan، يشتري أكثر من ثلث المتسوقين الآن عبر الإنترنت أكثر من مرة كل شهر. عالميًا، بلغ حجم التجارة الإلكترونية 680 مليار دولار أمريكي في عام 2011 ومن المتوقع أن يزيد بنسبة 20 بالمائة إضافية بحلول عام 2013 (لاو Lao 2011). قبل عشرة أعوام، كان من الممكن تجنب العناصر المضفى عليها الطابع التجاري على نحو متزايد من شبكة الإنترنت. واليوم، أصبحت أيديولوجيات الشراء والبيع متأصلة على نحو مبالغ فيه على الإنترنت لذلك الغرض.

ومع التغيرات في هوية الإنترنت كوسيط، أتت تغيرات في إدراك المستخدمين لأنفسهم. إن هذا لا يعني أن الفئات الأقدم مثل العرق أو النوع الاجتماعي أو الجنسية قد اختفت؛ بل إنها قد تعقدت الآن بفعل حقيقة أن المستخدمين يطلب منهم الآن أيضًا أن ينظروا لأنفسهم في إطار فئات مثل المتسوقين الأذكياء والبائعين ذوي السمعة والصحفيين المواطنين الموثوق بهم والمعجبين الشعبيين وخبراء المعلومات الموثوق بهم وبوابات الفكاهة الأساسية وما إلى ذلك. ولتعقيد الأمور بصورة أكبر، على الإنترنت، ينزع كل من الإنتاج والتوزيع والاستهلاك إلى أن تكون شؤونًا متداخلة. وتلمح الصعوبة اللغوية البالغة للألفاظ المنحوتة (Portmanteaus)، أو ألفاظ جديدة ناتجة من تركيب لفظين على الأقل، مثل "منتهلك" "prosumer")منتج-مستهلك) (جنكينس Jenkins 2006) و"Produser" (برونز Bruns 2008) إلى صعوبة وصف هويات مستخدمي الإنترنت مقابل ما ينتجونه أو يمررونه أو يستهلكونه أو يمزجونه على الإنترنت.

وفضلاً عن العمل كسوق، يسهم الإنترنت في قوة محركة يشكل الآخرون من خلالها أنفسهم في آنٍ واحد كبائعين ومشترين وسلع. إن كل منا يشترك في مفهوم شراء وبيع الذات على الإنترنت بصورة مختلفة: بعضهم يوظف مهارات المتسوق الذكي خاصته للبحث عن موقع مواعدة جذاب. أما آخرون، فيهتمون بكيفية تطبيق القول المأثور القديم "يبدو جيدًا على الورق" في زمن فحوص الخلفية على "جوجل". والبعض يطلبون من أصدقائهم انتقاد حضورهم على الكاميرا لأجل مقابلة قادمة عبر "سكايب". ويحاول

آخرون حذف تعليقات قاسية أو غير مغرية (أو الأسوأ من ذلك - إعلانات مزعجة غير مرغوب فيها) من مدوناتهم. ما زال آخرون منشغلين بحساب شعبيتهم استنادًا إلى تعليقات تحديث الوضع من أصدقاء من المدرسة الثانوية (قد ينطبق هذا المثال الأخير على كل من هؤلاء الذين ما زالوا فعليًا في المرحلة الثانوية وهؤلاء المتخرجون منذ فترة طويلة).

الذات المميزة بعلامة تجارية على الإنترنت: مفارقة الرأسمالية المتأخرة

إلى حدٍ ما، يمثل ما يبدو أنه ترسيخ حديث نسبيًا فيما يتعلق بالذات المميزة بعلامة تجارية نتيجة فعليًا للمفارقة المتنامية منذ فترة طويلة في إطار الرأسمالية المتأخرة. من جانب، يبدأ كثيرون من الشباب المتعلمين، المؤهلين لاقتحام اقتصاد لا يمكنه تحمل تعيينهم، في الشعور بأن الوعد الثقافي بـ "النجاح" المعتمد فقط على مبادئ رأسمالية (أي العمل في إطار اقتصاد قائم فقط على العرض والطلب، ومتحرر بدرجة كبيرة من التدخلات من جانب الدولة) مشكوك فيه في أحسن الأحوال ومستحيل في أسوأها. وعززت شكوكهم انهيارات السوق حول العالم والحديث المتزايد بين الخبراء الذي مفاده أن الرأسمالية قد وصلت إلى ما يطلق عليه البعض لحظة "النمو الصفري".

على الجانب الآخر، لاحظ هؤلاء الشباب أنفسهم أنه، بغض النظر عن الظرف الذي توجد فيه الرأسمالية نفسها، فإن فرص إنتاج وسائل إعلام وتوزيعها داخل أسواق رأسمالية موجودة كما لم توجد من قبل مطلقًا. الأكثر إثارة للاهتمام أنه في الوقت نفسه الذي يبدو فيه أن وظائف السوق تتقلص ومستثناه، يبدو أن المفاهيم الثقافية حول سوء السمعة والمشاهير والشهرة تتوسع وتصبح شاملة، الأمر الذي يعود الفضل فيه جزئيًا إلى ظهور أنماط الإعلام الحديثة نسبيًا مثل "تليفزيون الواقع"(Reality Television) وبرامج البحث عن المواهب و"محطات" البث المضفى عليها الطابع الشخصي على مواقع مثل "يوتيوب" (YouTube) و"ماي سبيس" (MySpace).

إن تباطؤ قطاعات معينة من الرأسمالية (العمالة وقوة إنفاق المستهلك) وتسارع أخرى (إنتاج وسائل إعلام وتوزيعها) لم تخف عن أعين أكبر الشركات في العالم. وبدافع

استماتتها لاكتشاف طرق جديدة للتربح من المنتجات القليلة التي سيشتريها المستهلكون أو بإمكانهم شراؤها بأموالهم المحدودة على نحو متزايد، تقوم الشركات بتمويل منتجات إعلامية تتوقع أنها ستحقق نجاحًا ساحقًا (مثل الأفلام المنتظر أن تحقق إيرادات هائلة في شباك التذاكر، والجولات الموسيقية المعلقة عليها آمال ضخمة أو إصدارات ألعاب الفيديو)، بتنسيق جهودها بشكل منتظم مع خبراء في أسواق النشر والأطعمة السريعة والملابس بهدف تعظيم الأرباح. وعادة ما تتم هذه الممارسات في تقارب بين المنابر وبعضها في الوقت نفسه الذي يُكتَب فيه نص المواد الإعلامية الأصلية ويتم تصويرها، وذلك بهدف تقليل توزيعات أرباح العمالة على المؤدين والكتاب والمحررين ومديري تصميم الأزياء وغيرهم. على الإنترنت، من الشائع مشاهدة شباب يجمعون ويعيدون ترتيب ويعيدون تداول ما يعدونه أفضل الصور ومقاطع الفيديو وتحديثات الحالة خاصتهم في أماكن متعددة على الإنترنت بينما يحذفون أسوأها، ليصقلوا بعناية ما سيصبح في مكان احترافي استراتيجية منسقة لتقسيم الجمهور.

من نجوم الثقافة الفرعية إلى ممارسات المشهور المصغر

بالنسبة لبعض القراء، سيبدو أن كل ما ذكر آنفًا اتجارًا بمنطق المشاهير. وفي الحقيقة، ليس مشاهير الإنترنت بالظاهرة الجديدة: فقد كان للشبكة منذ وقت طويل نصيبها من "نجوم" الثقافة الفرعية: دوكتريس نيوتوبيا Doctress Neutopia على Usenet؛ ومنشئ الصفحة الرئيسية جاستن هول Justin Hall؛ ومنتجي المواد الإباحية مثل داني أش Danni Ashe؛ وفتيات كاميرات الويب مثل جنيفر رينجلي Jennifer Ringely؛ على سبيل المثال لا الحصر. بالمثل، لطالما كان الإنترنت مكانًا اجتمع فيه الناس لمناقشة "مشاهير واقعيين" (على سبيل المثال، فيلم مشهور، ونجوم تليفزيون وتسجيلات)، بدءًا بمجموعات إخبارية تحظى بمعجبين، مرورًا بأقسام خاصة من لوحات النقاش عبر الاتصال بالإنترنت، ثم إلى الصفحات الرئيسية الخاصة بالإشادة أو المدح، وانتهاءً بمواقع مثل MySpace. ولم تكن كل تلك المناقشات ذات طبيعة خاصة بالهواة أو غير المحترفين: عندما وصلت الويب في منتصف التسعينات من القرن العشرين، لم تكن شركات ترفيه

مثـل "سـوني" (Sony) و"يونيفرسـال" (Universal) و"بـارنز ونوبـل" (Barnes & Noble) متراجعة بمسافة بعيدة، ببحثها عن طرق لترويج أحدث ألبوم أو فيلم أو قراءة صيفية. إن مـا يميز شبكة الإنترنت اليوم ككيان مغاير عن الأمس ليس حضور شخـصية مـشهورة أو شركـات، وإنما انتشارها ووجودها في كل مكان.

لقد دفع آندي وارهول Andy Warhol سابقًا بأنه "في المـستقبل، سـيكون كـل شـخص مشهورًا لمدة خمس عشرة دقيقة" وهو القول الذي غيره لاحقًا إلى "في المستقبل، سيكون كـل شخص مشهورًا في غضون خمس عشرة دقيقة". يـصحح مفهـوم المـشهور المـصغر إلى مفهـوم وارهول للشهرة الفورية بإضافة ملاحظة الموسـيقي والمـدون مومـوس Momus(1991): "في المستقبل، سنكون جميعًا مشهورين بالنسبة لخمسة عشر شخصًا". كممارسة اجتماعية، يغـير المشهور المصغر لعبة الشهرة. بالأساس، تمزج عبارة "الشهرة لخمسة عـشر شخـصًا" الجماهـير والمجتمعات، مجموعتين تتطلبان بالأساس أنماطًا مختلفة من الخطاب.

ترغب الجماهير في شخص ما يتحدث إليها؛ وترغب المجموعات في شـخص مـا يتحـدث معها. علاوة على ذلك، فإن الجماهير والمجموعات تتطلب أكوادًا أو رموزًا اجتماعيـة مختلفـة للمشاركين. إذا ما جذب عضو من الجمهور الانتباه لنفسه، فإنه عادةً ما يجـذب النقـد (مـن هو ليسرق الانتباه من النجم؟). وليس هذا هو الوضع في المجتمعـات، حيـث يتحـول التركيـز بالضرورة بين الأعضاء.

العمالة غير المادية واقتصاد "الانتباه"

يـستلزم "تحويـل الرمـز" (Code-switching) بـين المعجبـين والأصـدقاء والجماهـير والمجموعات مقدارًا جيدًا مما أسماه ماركس Marx "العمالـة غـير الماديـة" Immaterial Labor)). واليوم، عادة ما تتخفى العمالة غير المادية وراء مفردات مثل المشاركة والنقـاش والمغازلـة والتهـرب مـن الواجـب. وعنـد تنظـيره عـبر مـا يعـرف باسـم "اقتـصاد الانتبـاه" (Attention Economy). دائمًا ما يتجلى في سرد التمكين. على سبيل المثـال، يـرى مايكـل جولـدهابر 2009) Michael Goldhaber) أنـه قبـل ظهـور الإنترنـت، كـان مـستخدمو

وسائل الإعلام في الأغلب مستهلكين سلبيين، على الجانب المتلقي من أسـواق الإعـلام. ويـزعم بأنه، في وسائل الإعلام الجديدة، الأمور مختلفة: فبينما نشاهد ونربط وننقـر ونرسـل، نتحـول من مستهلكين إلى منتجين لأكثر الموارد قيمة على الإطلاق: الانتباه.

مع استمرار مؤيدي اقتصاد الانتباه في الازدهار (على نحو مفهوم) في قطاعـات الأعـمال من الويب، ثمة العديد من النقاد لفكرة أننا قد دخلنا مجالاً جديـدًا مـن الإنتـاج والاسـتهلاك الاقتصادي. في مناقشة أخيرة مع جولدهابر، رأى جوناثـان بيلـر Jonathan Beller أنـه، بـدلًا من توليد أشكال جديدة من "ملكيـة الانتبـاه"(Attention Property) ، يكـدح مـستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي المملوكة تجاريًا بقدر هائل كالعاملين دون أجر فيما يصفه تريبـور شولتز بـ "الإنترنت كساحة لعب /مصنع" جولدهابر Goldhaber 2009[1]. وكرد على منتقديه، أقر جولدهابر بأننا لم نتخط نموذجًا رأسـماليًا - بعـد. غـير أنـه، كـما يوضـح، حتـى في حالتنـا التحولية، "يتدفق النوع القديم من الثروة بسلاسة إلى أصحاب النوع الجديد منها". مثلًا، كـما يجادل، "نعلم جميعًا أنه في هذه الأيام يعاني النجوم قليلًا بشكل عام في الحصول عـلى مبـالغ ضخمة من المال" (جولدهابر Goldhaber 1997).

هنا، يبدو من المهم التوقـف وتوضـيح أمـر يغفلـه جولـدهابر Goldhaber: النجـوم لا يجمعون المال لأنهم يحوزون على انتباه؛ بل يجمعونه لأنهم قـد نجحـوا في تحويـل أنفـسهم من مواطنين إلى شركات، مقابل المؤسسة المالكة لانتباه الآخرين.[(2)] إن هذا التحول من مواطن إلى شركة يعد حاسمًا عندما نفكر في جاذبيـة المـشاهير بالنـسبة للمـراهقين الـذين يـشعرون بـأنهم محـدودون في شـعورهم بـالإرادة. بـل إن فحـصًا وجيـزًا للأخبـار يظهـر أن الأطفـال الوحيدين الذين يعدون أناسًا، لا ملكيـة، هـم هـؤلاء الـذين يتمكنـون نوعًـا مـا مـن توطيـد ذواتهم ككيانات اعتبارية: مشاهير الأطفال والرياضيين وما إلى ذلك. لماذا قد لا يرغب مراهق في عرض نفسه على الإنترنت في إطار هوية يبدو أنها (على الـسطح عـلى الأقـل) لا تولـد رأس مال فحسب بل حرية إرادة؟

في الحقيقة، ليست جاذبية إعادة إنتاج الذات كنجم/شركة قاصرة على المراهقين. مـثلما تـشير ألـيس مارويـك Alice Marwick في آخـر أعمالهـا عـن مطـوري المرحلـة الثانيـة مـن

الويب، هذه الأيام، ينظر لمن يصيغ عمله في إطار تطوير الذات من قِبَل آخرين من داخل القوة العاملة باعتباره شخصًا إيجابيًا ورائدًا ومبدعًا. بالمقارنة، سيُنظَر لمن يتحدث عن العمل كنوع من الكدح لأجل المال باعتباره مملاً، وربما طماعًا، وعلى أدنى المستويات، فاشلاً (مارويك Marwick 2010).

المعلن للغاية وظهور الألفة بين الغرباء

بالإضافة إلى إعادة صياغة القضايا المتعلقة بالعمالة، يؤدي مفهوم المشهور المصغر بالناس في الأغلب حتمًا إلى التشكيك في الفوارق بين الخصوصية والعلانية. في بعض الأحيان، تبدو قصص المشهور المصغر أشبه بما قد رأيناه في السابق: لا يختلف "الاكتشاف" الأخير للمغني المراهق جاستن بيبر Justin Bieberعلى "اليوتيوب" بالتسجيل لمسئولين تنفيذيين كثيرًا عن "الاكتشاف" الذي تم في الخمسينات من القرن العشرين للممثلة لانا ترنر Lana Turner في إحدى الصيدليات من قبل عملاء بهوليوود. تظهر كلتا الروايتين فردًا له حياته الشخصية "يظهر للعلن" عن عمد باقتحامه عالم النجومية. لكن ماذا نستفيد من الشخصيات العامة التي تقرر "الاتجاه للخصوصية على نحو معلن" كما في الاتجاه الأخير للمؤدين المتمتعين بالفعل بالشهرة ممن يشعرون بأنهم مجبرون على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحديث "بشخصياتهم الفعلية" للمعجبين والأصدقاء (مارويك Marwick وBoyd بويد 2011aو2011b)؟

كيف ينبغي أن نقدم تفسيرًا نظريًا لـ "حديث الشخص بشخصيته الفعلية" في ضوء مستخدم Twitter الذي عرض الزواج على صديقته مباشرةً عبر الإنترنت بالاتفاق مع ممثل ""Old Spice Guy عيسى مصطفى على تسجيل فيديو بالنيابة عنه، والذي تم بعدها تحميله على "يوتيوب" ليشاهده العالم بأسره؟ (بالمناسبة، وافقت على عرضه عبر Twitter).

لقد امتد التلاشي بين الخاص والعام ليتجاوز حدود هؤلاء المشهورين وهؤلاء الساعين للشهرة. في كل يوم، ينشر الناس "العاديون" كلماتهم وصورهم على مواقع الويب. وربما تكون أو لا تكون مواقع الويب تلك موجودة خلال خمسة أو عشرة أعوام أو خمسين عامًا. حينما نتحدث عبر الزمان والمكان إلى جماهير لا يمكننا حتى أن نتصورها

بعد، نجد أنفسنا في مواجهة ذات قد أسمتها دانا بويد Danah Boyd "المعلنة للغاية" (Super-public) (2006). تمثل الذات المعلنة للغاية حالة منطوية على تحدٍ بالضرورة، لا سيما حيث يجد المزيد من الشباب أنفسهم يسجلون وينشرون سلوكيات ربما "تتنامى على نحو يفوق غيرها" لاحقًا لكنها بالتأكيد ستكون أطول عمرًا منهم على الإنترنت.

لقد قاد صعود ممارسة المشهور المصغر ووجود الذات المعلنة للغاية إلى حالة اجتماعية أطلقت عليها في الماضي تسمية "الألفة بين الغرباء" (Strange Familiarity) (سنفت Senft 2008). يعد هذا التعبير رد فعل تجاه عالم الاجتماع ستانلي ميلجرام Stanley Milgram (1992)، الذي يوظف مصطلح "غرباء مألوفين" (Familiar Strangers) للإشارة إلى الأشخاص الذين يعرفون بعضهم البعض بالمظهر ولكن ليس بالاسم (مثل الأشخاص من الحي نفسه الذين يستقلون القطار معًا في الوقت نفسه كل صباح). ووفقًا لميلجرام Milgram، يقتضي العرف الاجتماعي أن يعترف الغرباء ببعضهم البعض ولكن، أن يبقوا، في المجمل، على اتفاق ضمني بعدم التفاعل مع بعضهم بعضًا بما يتخطى حد إيماءة سريعة وابتسامة. لكن هل ينطبق الالتزام نفسه بعدم التفاعل حينما نجد أنفسنا نجلس بالقطار إلى جوار شخص ما شاهدناه لمدة خمس ساعات الليلة الماضية عبر "يوتيوب"؟ ماذا لو، بعد قراءة مدونة لفتاة تتحدث عن تعرضها لاعتداء جنسي على يد والدها، حدث على حين غرة ومن دون إنذار أن وجدنا أنفسنا معهما في مكان عام؟ إن هذين التصورين ينتقلان بنا من كوننا غرباء مألوفين إلى أفراد مقيدين في وضع ألفة مع الغرباء: الألفة التي تنشأ من تبادل معلومات خاصة مع أشخاص تفصلنا عنهم مسافات بعيدة في خلاف ذلك السياق.

من الصعوبة بمكان إنكار الطبيعة المزعجة للألفة بين الغرباء حينما يكون المشاركون بالغين موافقين. بل ويكون الأمر أصعب لدى حدوث ذلك من دون موافقة. ثمة أعداد متزايدة من مقاطع الفيديو على "يوتيوب" ومواقع أخرى تعرض أفرادًا لم يوافقوا قط على أن يتم تصويرهم سينمائيًا. بل ويوجد المزيد من الحالات التي وافق فيها شخص ما على أن يتم تصويره سينمائيًا غير أنه لم يقبل أن يتم توزيع الفيلم (يعد هذا سيناريو شائعًا في

حالات "الجنس عبر الرسائل"؛ انظر لنهارت Lenhart 2009). وتنتشر الممارسة لمدى بعيد يتجاوز نطاق الفيديو على الإنترنت. ففي هذه الأيام، تضم غالبية الصحف التي لها وجود على الإنترنت "دفتر أو كتاب ضيوف" في قسم التعازي بها حيث يدعى القراء لترك رسائل موجزة لأسرة الفقيد. ويعد كتاب الضيوف جزءًا من نموذج التصميم القياسي على الإنترنت للصحيفة، مما يعني أن أي أسرة ترغب في نشر نعي يتحتم عليها أيضًا الموافقة على مساحة إلكترونية يكفل فيها للغرباء الحقيقيين كتابة أي شيء يرغبونه عن الفقيد. وحتى عندما تنبع من النوايا الطيبة للآخرين، فإن الممارسات في إطار الألفة بين الغرباء ربما تكون مقلقة بل وحتى مؤلمة لهؤلاء الذين لم يطلبوها. وينطبق هذا على وجه الخصوص في حالة مواقع "التقدير والعرفان" المخصصة للمرضى ومن هم في حالة حداد المتوفين.

في واحد من أكثر الأمثلة المزعجة التي خرج فيها اتساع نطاق الإنترنت حسن النية عن نطاقه الصحيح، تم تحديد هوية امرأة إيرانية تدعى نيدا سلطاني Neda Soltani على نحو خاطئ على أنها شخص آخر على Facebook كان خطأ أجبرها في نهاية الأمر على الهروب من محل ميلادها. فيما يلي ما حدث: في عام 2009، قتل أفراد الميليشيا الإيرانية امرأة تدعى نيدا أغا سلطان Neda Agha Soltan وهي في طريقها إلى إحدى التظاهرات. وتم تصوير جريمة القتل بكاميرا الهاتف وتحميلها على "يوتيوب"، حيث شاهدها الملايين. وفي اليوم الذي عرضت فيه الجريمة لأول مرة على "يوتيوب"، كان ثمة التباس بشأن اسم المرأة المقتولة التي تظهر على الكاميرا، واندفاع لتحديد معلومات عنها على الإنترنت. وعثر أشخاص يبحثون على Facebook على صفحة لنيدا سلطاني، وهي طالبة جامعية إيرانية يحمل وجهها شبهًا غير عادي بالمرأة التي تظهر في مقطع الفيديو المنشور على "يوتيوب". كان مثالاً للهوية الخاطئة، غير أنه في صباح اليوم التالي، كان حساب البريد الإلكتروني لسلطاني محملاً بخطابات من غرباء يقولون إنها لم تمت سدى. وسرعان ما وقف رجال الشرطة الإيرانيون على باب سلطاني، طالبين منها الظهور على شاشة التليفزيون ووصف فيديو جريمة القتل بالكذب. وخوفًا على سلامتها، فرت إلى ألمانيا، حيث تعيش الآن. إنها لم تعد طالبة جامعية، كما أنها لا تجيد التحدث بالألمانية، وتحصل

بالكاد على لقمة عيشها. ونظرًا لأن الناس قد تأثروا للغاية بالألفة بين الغرباء التي تجلت في مشاهدة لقطة لامرأة تقتل، فقد شعروا بأنهم مجبرون على الوصول إلى شخص ما - أي شخص - عبر Facebook.[3]

من اليسير سماع أن القصة التي كانت ذات صلة كمثال للمشهور المصغر غير المرغوب فيه قد انحرفت عن المسار الصحيح. على نحو شخصي، لا أعتقد أن هذا خطأ في القراءة أو التفسير. غير أنه فيما قد تبث قصة نيدا سلطاني الخوف والشفقة - ما حدث لها من المحتمل أن يحدث لأي شخص - قد تؤخذ أيضًا على أنها دعوة لنوع جديد من المبادئ الأخلاقية. إن السبب وراء النظر إلى مفهوم المشهور المصغر في ضوء أزمة يرجع إلى أنه يعيد صياغة التساؤل القديم: "من أنا؟" بحيث يعني "من أكون في اعتقادك؟" إن الهوية، التي كان يعتقد في السابق أنها ملك لصاحبها أو حاملها، باتت الآن تنتمي لمدركها. ويعد هذا التأرجح، الذي هو من بعض الأوجه قديم كعمل إيمانويل كانت Immanuel Kant، بالنسبة للكثيرين طريقة جديدة وصعبة للتفكير بشأن الهوية، غير أنه وسيلة قد تعين على السواد الأعظم في العالم أن يتعايش معها طوال فترة حياته. وبينما يعد من المربك في حقيقة الأمر أن يبدو وكأنه يعاد توزيع أدوار "المدركين" على الدوام ليصبحوا "مستهلكين" في التخيل الثقافي الغربي، فإنه من الصحيح بالمثل أنه، على شبكة الإنترنت، لدى هؤلاء الذين يدركون فرص غير مسبوقة تاريخيًا لتحديد من ستمثل هوياتهم ومجتمعاتهم وقصصهم وأخبارهم أهمية لبقية أجزاء العالم.

إن مفهوم المشهور المصغر ينطوي على تهديدات وفرص. كما يشير أيضًا إلى مسؤوليات جديدة. في الوقت الذي يمكننا فيه التدخل في حياة الآخرين بوسائل كثيرة جدًا عن بعد، يتعين علينا أن نشرح لماذا قد اخترنا أن نشاهد أحداثًا معينة تتضح أمام أعيننا، كما لو لم يكن هناك أي إجراء يمكن اتخاذه حيالها. ويتحتم علينا بالمثل أن نشرح السبب وراء اختيارنا اتخاذ إجراء، سواء أكان في صورة إرسال أموال عبر PayPal أو إرسال مقطع فيديو من منطقة في العالم تخضع لإغلاق مؤقت من جانب الشرطة أو زيارة موقع "للتضامن". بالقطع، في عصر المعلومات النابعة من جموع الجمهور، نحن

مسؤولون عن الوصول إلى حقائق مباشرة عن الناس الـذين نـشعر معهـم بالرغبـة في توطيـد ألفة بين الغرباء، لا سيما وهم يعيشون عبر الكرة الأرضية. في النهاية، يتحتم أن نبـدأ بـالعثور على وسائل من أجل تحمل المسؤولية عن تعويض ما هو مؤكد أنه عـدد متزايـد مـن الأفـراد المتضررين من حاجتنا المتزايدة لتغطية إخبارية فورية وحميمية. ولأنـه عنـدما يكـون كـل شخص بحق مشهورًا بالنسبة إلى 15 شخصًا، فلن يتسنى لأحد نبـذ أي شـخص آخـر باعتبـاره غامضًا بالقدر الكافي كي يكون من الممكن التضحية به.

ملاحظات

1- كان "الإنترنت كساحة لعب/مصنع" عنوان مؤتمر ناجح جدًا خصص لفكرة "العمالـة غـير المادية" على الويب، والذي عقد في نوفمبر 2009 في المدرسة الجديدة للبحث الاجتماعي بنيويورك. لتغطية مليئة بالروابط لوقائع المؤتمر، انظر شولز Sholz(2009).

2- عـن عبـارة "بـصدد التنظـيم الـتملكي لانتبـاه الآخـرين"، فـإنني ممـتن لجوناثـان بيلـر Jonathan Beller. فكتابـه The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle (2006) يعـد مـصدرًا مفيـدًا بـشكل هائل في المناقشات المتعلقة بـ "اقتصاد الانتباه".

3- أنـاقش أخلاقيـات هـذه الحالـة باستفاضـة في مقـالي Sex, Spectatorship and the 'Neda' Video: A Biopsy in the forthcoming anthology New Visualities, New Technologies: The New Ecstasy of Communication (سـينفت Senft 2013).

المراجع

Beller, J. (2006) *The Cinematic Mode of Production*: *Attention Economy and the Society of the Spectacle*. Dartmouth, NE: Dartmouth University Press.

boyd, D. (2006) "Super Publics." *Apophenia* (March 22). www.zephoria.org/thoughts/archives/2006/03/22/super_publics.html.

Bruns, A. (2008) "The Future is User-Led: The Path Toward Widespread Produsage." *Fibreculture Journal*, 11, FCJ066.

Goldhaber, M.H. (1997) "What's the Right Economics for Cyberspace?" *First Monday*, 2(7).

http://firstmonday.org/htbin/ cgiwrap/bin/ojs /index .php/fm/article/ view/537/458.

Goldhaber, M.H. (2009) "A Primer on the Attention (Centered) Economy." *Institute for Distributed Creativity Mailing List* (October 22). https://lists.thing .net/pipermail/idc/2009-October/004017.html.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture*: *Where Old and New Media Collide*. New York:New York University Press.

Lao, R. (2011) "J.P. Morgan: Global E-Commerce to Grow by 19 Percent in 2011 to $680B." *Tech Crunch* (January 3). http://techcrunch .com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b.

Lenhart, A. (2009) "Teens and Sexting." *Pew Internet Report* (December 15). http://pewInternet.org/Reports/2009/Teens-and-Sexting.aspx.

Marwick, A. (2010) *Status Update*: *Celebrity*, *Publicity and Self-Branding in Web 2.0*. Doctoral dissertation. New York University.

Marwick, A. and boyd, d. (2011a) "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media* & *Society*, 13(1), 114-133.

Marwick, A. and boyd, d. (2011b) "To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter." *Convergence*, 17(2), 139-158.

Mercer, K. (1990) "Welcome to the Jungle." In J. Rutherford (ed.), *Identity*: *Community*, *Culture*, *Difference*. London: Lawrence and Wishcart.

Milgram, S. (1992) *The Individual in a Social World*: *Essays and Experiments*, 2nd edn., J. Sabini and M. Silver, eds., New York: McGraw-Hill.

Momus. (1991) "Pop Stars? Nein Danke!" *Grimsby Fishmarket* (Swedish Fanzine). Reproduced at http://imomus.com/index499.html

Parr, B. (2011) "Prepare Yourselves: Facebook to be Profoundly Changed." *Mashable* (September 21). http://mashable.com/2011/09/21/prepare-for-the-new-facebook.

Senft, T.M. (2008) *Camgirls*: *Celebrity* & *Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang.

Senft, T.M. (2013) [forthcoming] "Sex, Spectatorship, and the 'Neda' Video: A Biopsy" in H. Koskela and J. Macgregor Wise, eds., *New Visualities*, *New Technologies*: *The New Ecstasy of Communication*. London: Ashgate.

Sholz, T. (2009) "Post-Mortem Conference Mashup: The Internet as Playground and Factory." *Institute for Distributed Creativity* (December 21). http://bit.ly/6rD5iu.

الفصل الثاني

الهوية على الإنترنت

أليس إي مارويك Alice E. Marwick

مقدمة

ما الذي يشكل "الهوية"؟ إذا ما سُئلت عن هويتي، لربما أصف نفسي كامرأة أو كواحدة من قاطني نيويورك أو كنسوية. وقد يذكر آخرون خلفيتهم العرقية أو العنصرية أو توجههم السياسي أو الجنسي أو ديانتهم. غير أنه ربما يتحدث آخرون عن سماتهم الشخصية، مركزين على من يكونون "بحق" أو على "ذواتهم الحقيقية".

يمكن أن تعني الهوية الذاتية (كيف ننظر لأنفسنا) أو التمثيل (كيف تُجسد الأوجه المختلفة للهوية في الثقافة والإعلام) أو تقديم الذات (كيف نقدم أنفسنا للآخرين). وربما تشير إلى هويتنا الشخصية كأفراد، أو إلى هويتنا الاجتماعية كأعضاء في مجموعة.

على الإنترنت، ركزت غالبية الأبحاث في موضوع الهوية على تقديم الذات (وين Wynn وكاتز 1997 Katz؛ وباباتشاريسي 2002 Papacharissi؛ وبايم 2010 Baym؛ وبويد boyd 2010). تتطلب وسائل الإعلام الاجتماعية مثل مواقع التواصل الاجتماعي

والمدونات والإعلانات الشخصية على الإنترنت من المستخدمين إنتاج تصورات افتراضية لأنفسهم بصورة تنم عن وعي ذاتي. وتتمثل إحدى طرق فهم ذلك التمثيل للذات في المعلومات والمواد التي يختار الأفراد عرضها للآخرين على صفحة شخصية على "الفيس بوك" أو تدفق من التغريدات على "تويتر". لكن الهوية يتم التعبير عنها بالمثل عبر التفاعل مع الآخرين، سواء عبر المراسلة الفورية أو البريد الإلكتروني. ونظرًا لأن هناك عددًا من تلميحات الهوية المتاحة على الإنترنت أقل من تلك الخاصة بإظهار الهوية وجهًا لوجه، فإن كل معلومة رقمية يمد بها شخص ما، من سرعة الكتابة على لوحة المفاتيح إلى اللقب وعنوان البريد الإلكتروني، يمكن أن تستخدم للوصول إلى استنتاجات بشأنهم.

في هذا الفصل، أناقش بعض نظريات الهوية الأساسية وأطبقها على سياقات إعلامية جديدة وأنظر على وجه التحديد في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وخدمات "التدوين المصغر" (Microblogging) مثل "تويتر" لبحث بعض أبرز القضايا التي تكتنف الهوية ووسائل الإعلام الجديدة اليوم.

نظريات الهوية

عادة ما ننظر إلى الهوية باعتبارها شيئًا فريدًا وثابتًا لا يتغير على مدار العمر. يتألف هذا الموضوع الإنساني الليبرالي الكلاسيكي مما تطلق عليه ساندي ستونSandy Stone "وحدة جسد متأصلة في ذات" (1996: 85) - شخصية فردية أساسية مقيدة بجسد مادي، والتي تظل ثابتة. إن اعتبار الهوية شيء ثابت يتيح تجميع الأشخاص اعتمادًا على خصائص مثل العرق أو العنصر والطبقة والنوع الاجتماعي، سواء لأغراض ديموغرافية أو سياسية.

وهذا النموذج لا يجسد فعليًا الكيفية التي يعاين بها غالبية الناس الهوية. خلص عالم الاجتماع إرفينج جوفمان 1959(Erving Goffman) إلى أن الناس يقدمون أنفسهم على نحو مختلف بحسب السياق (المكان المتواجدون فيه) والجمهور (الأشخاص المتواجدون معهم). سيتحدث ويتصرف شخص يجلس في حانة مع أصدقائه على نحو مختلف عما سيفعل في مقابلة للحصول على وظيفة. في واقع الأمر، يظهر بحث في "التفاعل الرمزي"

أننا نقدم أنفسنا على نحو مغاير نسبيًا لأشخاص مختلفين. إن الهوية مرنة ومتقلبة، والناس على درجة عالية من المهارة في التنويع في طريقة تقديمهم لذواتهم على نحو ملائم. من ثم، فإن الهوية مبنية اجتماعيًا بما يتوافق والأشخاص من حولنا. عرض واضعو النظريات الخاصة بالدراسات الثقافية مثل ستيوارت هول Stuart Hall(1987) وأنجيلا ماكروبي Angela MacRobbie(1994) موضوعًا مرتبطًا بالتعددية لم يكن مبنيًا اجتماعيًا بدلاً من كونه ضروريًا من الناحية البيولوجية، بل أيضًا مرنًا ومتغيرًا بمرور الزمن. كانت مصطلحات مثل "نساء ملونات" (Women of color) أو "الشذوذ" (Queer) مبنية استراتيجيًا لتشمل أوجهًا مختلفة متعددة للهوية الحديثة لفعل سياسي أو سياسات ألفة (هول Hall 1987؛ وليستر وآخرون Lister et al. 2003). يفسر مفهوم الذات المتعددة سبب تنويع الناس أداء الهوية حسب السياق: التعددية كسمة متأصلة للهوية وليست مضللة أو زائفة (بايم Baym 2010).

وكان جانب آخر من البناء الاجتماعي للهوية من ابتكار واضعة النظريات صاحبة الإسهامات في نظرية الشذوذ (Queer theory) جوديث بتلر Judit Butler 1990 التي تزعم أن أشكال الفهم الشائعة للنوع الاجتماعي والجنسانية مبنية بالكامل عبر الخطاب والعمليات الاجتماعية. وتدفع بأن النوع الاجتماعي أدائي، من حيث أنه ينتج عبر ملايين الأفعال الفردية بدلاً من كونه شيئًا يأتي بشكل طبيعي للرجال والنساء. بالمثل، لطالما نظر علماء الإنسانيات إلى العِرق أو العنصر بوصفه مكونًا اجتماعيًا لا شيئًا متأصلاً في الجسد. وتكمن دلالة هذه النظريات في أن الصورة التي يعمل بها "العرق" أو "النوع الاجتماعي" في المجتمع، في حالتي الاتصال بالإنترنت أو عدم الاتصال بها، أيديولوجية - بعبارة أخرى، للحفاظ على توازن قوى معين أو دعمه (في هذه الحالة، التحيز الجنسي أو التمييز العنصري البنيوي) (أومي Omi ووينانت Winant 1993). وعلى الرغم من ذلك، يظل "العرق" و"النوع الاجتماعي" مفهومين قويين يحملان تأثيرات واقعية للغاية على حياة الناس.

وينبع أسلوب بديل في التعامل مع بناء الهوية من واضعي النظريات المنتمين لعصر ما

بعد الحداثة، الذين نظَروا أن الناس يبنون هوياتهم لأجل أنفسهم موظفين وسائل الإعلام والسلع الاستهلاكية. أشار أنتوني جيدنز 1991(Anthony Giddens) على نحو شهير إلى الهوية باعتبارها "مشروعًا"، شيء يمكن العمل عليه بفعالية. ووفقًا لهذا المنظور، يبني الناس هوياتهم عبر وسائل الإعلام التي يستهلكونها والثياب التي يرتدونها والكيفية التي ينمقون بها أنفسهم بل وحتى الكيفية التي يغيرون بها شكل أجسامهم عبر التمارين الرياضية أو جراحات التجميل. بعبارة أخرى، يميز الناس أنفسهم عن أقرانهم بشراء وعرض سلع تعمل كعلامات رمزية ترمز لشيء متعلق بمن يكونون (وودورد Woodward 1997). إن حقيبة ماركة "شانيل" وقميصًا طويل الذراعين يحمل صورة مغني الراب "جيي زيد" Jay-Z ومعطفًا مصنوعًا من التويد له رقع عند الكوع جميعها تجسد هوية شخصية. يتجسد مفهوم الهوية هذا كمشروع في التغيير الشامل، وهو مجاز للثقافة الشعبية التي يتحول فيها الناس بشكل فاعل إلى نسخ "أفضل" من أنفسهم. ترتكز برامج تلفزيونية مثل "الخاسر الأكبر (The Biggest Loser) و"ما لا يجب أن ترتديه" (What Not to Wear) على فكرة أن الناس يمكن أن يحسنوا جوانب من شخصيتهم ومظهرهم للتوافق مع القواعد الاجتماعية السائدة.

وسائل الإعلام الاجتماعية والهوية على الإنترنت

عندما أصبح التواصل الذي يتوسطه الكمبيوتر شائعًا في منتصف التسعينات من القرن العشرين، تألف في الأصل من محادثة نصية تمت عبر التقنيات الاجتماعية الأولى مثل "بروتوكول الدردشة عبر الإنترنت" (IRC)Internet Relay Chat وبيئة ألعاب (MUDs)Mutliuser Dungeons: التقى الناس وتحدثوا من دون رؤية صور فوتوغرافية أو لقطات فيديو لبعضهم البعض. ونتيجة لذلك، نظَر بعض الباحثين أن هذا التواصل "اللا مادي" من شأنه أن يحرر المجتمع من التمييز على أساس العرق أو الجنس أو النوع الاجتماعي أو الجنسانية أو الطبقة الاجتماعية. وتوقعوا أن التواصل من دون إشارات هوية تقليدية ربما يمكّن الناس من تجربة هويات وشخصيات مختلفة، الأمر الذي يوضح جليًا أن فئات مثل النوع الاجتماعي كانت بناءات اجتماعية (تركل Turkle 1995). افترض

واضعو نظريات أكثر راديكالية أو تطرفًا أن المساحة على الإنترنت ستحرر الناس من أجسادهم وتزيل الحدود بين الإنسان والتكنولوجيا، بل وربما تتطور إلى نوع أعلى من الوعي، لتصبح "ما بعد بشرية" (Post-human) (ستون Stone 1996). من ثم، فإن وسائل الإعلام الجديدة ستغير على نحو جوهري طريقة تفكير الناس بشأن الهوية.

هناك ثلاثة أسباب رئيسية وراء أن فكرة الإنترنت كـ "ورشة عمل للهوية" لم يكتب لها التحقق. أولاً، لم ينتج غالبية الأشخاص ذواتًا مغايرة جذريًا، بل يختارون شخصيات مماثلة نسبيًا على الإنترنت (بايم Baym 2010: 106). ثانيًا، لا تعتمد أشكال التمييز مثل التمييز العنصري والتحيز الجنسي فقط على المظهر. إن الاضطهاد هيكلي أو بنيوي، مما يعني أنه جزءًا لا يتجزأ من المجتمع ويوجد في كل شيء من المؤسسات إلى أنماط الحديث. رصدت الأبحاث المبكرة عن المحادثة النصية حديثًا ينطوي على تحيز جنسي أو ألفاظ عامية ازدرائية، إذ كان من يتواصلون عبر غرف الدردشة أو IRC لا يزالون بشرًا (هيرينج Herring 1999؛ وسوكاب Soukup 1999). فحتى إن تعذر على المستخدمين رؤية من كانوا يتحدثون إليهم، فقد بقيت معتقداتهم راسخة دون مساس.

ثالثًا، لقد حمل التحول إلى برامج اجتماعية تجارية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وخدمات مشاركة الوسائط معه حافزًا للالتزام بهوية ثابتة واحدة. وبدلاً من جعل المستخدمين يختارون أسماء مستعارة مثل Soccer Guy 91""، يطلب "الفيس بوك" من المستخدمين تقديم اسم حقيقي، مثل جاسون سميث Jason Smith. وتزعم مواقع ذات سياسات مماثلة أن قرار التصميم هذا يمنع الخداع ويضمن السلامة، ولكنه أيضًا يفيد نموذج العمل خاصتهم. تجمع غالبية المواقع التجارية بيانات المستخدمين وتزودها بمعلومات مجمعة من مواضع أخرى، لتنتج ملفات شخصية معقدة (نيسنباوم Nissenbaum 2010). وتبيع شركات تكنولوجيا أخرى إعلانات معتمدة على معلومات ديموغرافية. في حالة احتفاظ الأشخاص بصفحات شخصية مختلفة على الموقع نفسه أو استخدامهم أسماء مستعارة مبهمة، تكون صعبة في تتبعها ولا يتوفر دليل على أن المعلومات التي تقدمها دقيقة، مما يجعلها أقل قيمة لأغراض التسويق. إن فانتازيا الهوية

الوحيدة الممكن التحقق منها والتي تتبع المستخدم من موقع لموقع غاية في الجاذبية للمعلنين وشركات جمع البيانات، وتصبح ممكنة مع تقنيات مثل Facebook Connect (ستون Stone 2008).

غير أنه ما زال التعبير عن الهوية عبر وسائل الإعلام يختلف عبر المنصات وفيما بينها بناءً على عوامل عديدة. أولاً، تكبح الإمكانات التكنولوجية لأنواع معينة من تقنيات المعلومات والتواصل وتمكّن أنواعًا مختلفة من تقديم الذات. إذ إن مكالمة هاتفية تسمح بتواصل متزامن وتناغم، بيد أنه من الصعوبة بمكان التسجيل أو الإرسال لشخص آخر، كما أنها تفتقر إلى الإيماءة وتعبير الوجه. ثانيًا، تحمل مجموعات الأشخاص "اصطلاحات ممارسة" Idioms of practice مختلفة (جيرشون Gershon 2010: 6). ويمثل اصطلاح الممارسة مجموعة من القواعد والمبادئ التي تحيط باستخدام تكنولوجيا. على سبيل المثال، هل من المقبول الاتصال بشخص ما أثناء وقت العشاء؟ هل عليك مشاركة الصور الملتقطة بالأمواج فوق الصوتية على "الفيس بوك"؟ كيف سيؤثر الإطار الذي سيضعه الأصدقاء والأسرة لاستخدام التكنولوجيا الملائم على الكيفية التي سيستخدمونها بها بالتبعية؟ ثالثًا، تستحضر الأنواع المختلفة من البرامج سياقات اجتماعية متباينة. على سبيل المثال، في بيئات مثل العوالم الافتراضية ومجتمعات الألعاب، يعد إخفاء الهوية والمرح والمزاح ولعب الأدوار سمات نمطية، بينما يكون من الطبيعي على "لينكد إن" LinkedIn، شبكة التواصل الاجتماعي الموجهة للوظائف، نشر معلومات دقيقة وممكن التحقق منها. في النهاية، يتأثر التعبير عن الهوية بإدراك الجمهور. يختلف النشر لمجموعة من الأصدقاء المقربين عن مجموعة ممتدة من جهات الاتصال التي يجمعها غالبية الناس على "الفيس بوك" وستؤثر على الكيفية التي يقدم بها الناس أنفسهم.

يشير مصطلح "الهوية على الإنترنت" (Online Identity) إلى أن ثمة فارقًا بين النحو الذي يقدم به الناس أنفسهم على الإنترنت وذلك الذي ينتهجونه في حالة عدم الاتصال بالإنترنت. غير أن أي انفصال بين الهوية "على الإنترنت" و"خارجها" يضيق لسببين. مقارنةً بالإنترنت في التسعينات من القرن العشرين، يستخدم الناس اليوم وسائل الإعلام

الاجتماعية بالأساس في التواصل مع أشخاص يعرفونهم في سياقات "حياتية واقعية" مثل المنزل والعمل والمدرسة (إليسون وآخرون Ellison et al. 2007). ثانيًا، تسهل الشبكات اللاسلكية والأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية "التابلت" الوصول إلى وسائل الإعلام الاجتماعية كجزء من الحياة اليومية بدلاً من الاضطرار إلى "تسجيل الدخول" بشكل رسمي على الإنترنت. عادة ما يستخدم الناس المواقع الاجتماعية بشكل متزامن، لينتجوا نظامًا بيئيًا يحتفظون فيه باسم المستخدم والمعلومات الأساسية نفسها عبر المنصات الاجتماعية، على نحو يعقد بصورة أكبر تقديم الذات على كل موقع. وبالنظر إلى كل هذه التعقيدات، ما الذي يمكن قوله حيال الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام الاجتماعية على هويتنا؟

بناء الهوية

عادةً ما يتم التعبير عن الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي عبر "التخصيص" أو "الإنتاج حسب طلب العميل" (Customization). فبإمكان من ينشئون المدونات والصفحات الرئيسية والصفحات الشخصية على الإنترنت استخدام مجموعة متنوعة من العلامات الرقمية مثل الصور والرموز والأيقونات والأسماء المستعارة والخطوط والموسيقى والفيديو لتمثيل أنفسهم.

وتصبح هذه العناصر علامات رمزية للهوية الشخصية (باباتشاريسي Papacharissi 2002) تقوم بوظيفة مماثلة للملابس أو البطاقات اللاصقة المطاطية لتأسيس وعرض هوية الشخص. مثلما يدفع واضعو نظريات الهوية ما بعد الحداثة بأن الناس يبنون هوياتهم في التواصل المباشر "وجهًا لوجه" عبر مقتطف من السلع الاستهلاكية ووسائل الإعلام والموضة والموديلات، تسمح الصفحات الشخصية على الإنترنت للناس باستخدام لغة الإعلام للتعبير عن أنفسهم للآخرين. ويصبح الحضور على الإنترنت شيئًا مطلوب "العمل عليه" وإتقانه (بركل Perkel 2008).

أنشئت الصفحات الرئيسية الشخصية الأولى قبل أن تصبح القوالب متاحة على نطاق واسع، ونتيجة لذلك، تنوعت بشكل هائل. وبغض النظر عن القدرة على تمثيل

أنفسهم بالصورة التي أرادوا، عرَف أصحاب الصفحات الرئيسية أنفسهم عبر عملية تفاوض مع آخرين، بإنشاء سياق تفسيري لذواتهم على الإنترنت عن طريق الربط بالصفحات الرئيسية للأصدقاء وأصحاب العمل والمؤسسات التعليمية (وين Wynn وكاتز Katz 1997). وسرعان ما غطت المدونات والصفحات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، التي استخدمت قوالب HTML والتنميط في تسهيل النشر على الويب. على سبيل المثال، تطلبت صفحات MySpace من المستخدمين الالتزام بقالب ولكنها سمحت بقدر هائل من التخصيص والتعبير الشخصي عبر التصميم. بالمقارنة، لا يمكن تغيير الصفحات الشخصية على "الفيس بوك" ومن ثم التزمت بمظهر الموقع. نتيجة لذلك، يقتصر تخصيص المستخدمين بالأساس على ملء حقول محددة مسبقًا، مثل كتب وموسيقى ومواد تلفزيونية وأفلام مفضلة. وتصبح هذه الفئات "أشكال أداء ذوقية" (ليو Liu 2007) يتم فيها اختيار العناصر كعلامات رمزية اعتمادًا على الكيفية التي سيراها بها الآخرون. على سبيل المثال، للظهور بمظهر إبداعي ومتطور، قد يدرج طالب أسماء فرق أغنيات شعبية مجهولة على صفحته الشخصية على MySpace مع أنه في الأساس يستمع إلى Top 40 أو أكثر أربعين أغنية مبيعًا.

لقد طبقت جوديث دوناث Judith Donath(2008) نظرية "التأشير" (Signalling) على مواقع التواصل الاجتماعي لشرح هذه الظاهرة. لقد كان كثيرون معنيين بالخداع المقصود واسع النطاق في وسائل الإعلام الاجتماعية، بالنظر إلى الافتقار لتلميحات التواصل وجهًا لوجه. وترى دوناث أن وسائل الإعلام الاجتماعية مثل Friendster وLinkedIn تضع تصورًا للناس داخل شبكات الروابط والعلاقات الاجتماعية. إذا ما أساء المستخدمون تمثيل أنفسهم بشكل ملحوظ على هذه المواقع، تتأثر سمعتهم وجدارتهم بالثقة وتهبط مكانتهم الاجتماعية بالتبعية. كذلك تزود هذه الروابط الاجتماعية بتلميحات بشأن كيفية "قراءة" صفحة شخصية. يشير التخصيص وإضفاء الطابع الشخصي إلى الحالة والانتماء الثقافي.

الهوية والاختلاف

تتمثل طريقة أخرى للتفكير بشأن الهوية في استخدام فئات مثل العرقية والنوع الاجتماعي والجنسانية والطبقة الاجتماعية والقدرة. إن تعريف الشخص ذاته كعضو بتلك المجموعة ربما يكون تمكينيًا على المستوى الفردي أو يستخدم تعبويًا لأجل النشاط السياسي أو السياسات. وفيما يدفع بعض الناس بأن سياسات الهوية تلك محل نزاع بدرجة بالغة، يزعم آخرون أنها ضرورية، إذ لا يزال الاضطهاد البنيوي لصيقًا على طول خطوط الاختلاف في معظم السياقات الاجتماعية.

في الحياة اليومية، لا يعاين السواد الأعظم من الناس النوع الاجتماعي أو الطبقة الاجتماعية أو الجنسانية فحسب، وإنما هوية تضم كل هذه العناصر. على سبيل المثال، ستخضع فتاة شاذة بيضاء من الطبقة العاملة لتمييز على أساس النوع الاجتماعي على نحو مخالف عن مراهقة آسيوية سوية من الطبقة الراقية. يستخدم مفهوم "التقاطعية" (Intersectionality) لوصف هذه الأوجه المتعددة المتداخلة وكيف تؤثر على خبرات السلطة والامتياز (كرينشو Crenshaw 1991). وتوضح التقاطعية أيضًا كيف تتداخل أشكال الاضطهاد البنيوي مثل التحيز الجنسي والتمييز العنصري، مما يجعل من المستحيل فصل أحدها عن الآخر. ومؤخرًا، أيد باحثون في "نظرية الشذوذ" (Queer Theory) و"نظرية النسوية" (Feminist Theory) نظرية تجميع بدلاً من التقاطعية (بوار Puar 2007). ويشير مصطلح "تجميع" (Assemblage) ، وهو مصطلح مقتبس من واضعي النظريات الفرنسيين ديليوز Deleuzeوجواتاري Guattari، إلى مجموعة أو شبكة من الأجزاء المتداخلة، مقارنة بالتقاطعية، التي تشير (كما يزعم النقاد) إلى أن خطوط السلطة هذه يمكن أن تكون مفككة. بعبارة أخرى، لا تمثل تجربة الهوية تقاطع فئات ثابتة وملموسة مثل "العرق" أو "العمر" أو "الدين" بقدر ما تمثل مجموعة غير ثابتة مفككة من المشاعر والأحاسيس والمعلومات التي ربما تختلف بالنسبة لكل شخص. ومع كون هذا نموذجًا نظريًا معقدًا، يصعب فهم ومقاومة الأطر السياسية والاجتماعية التي تعتمد على صور الفهم التقليدية لـ "العرق" و"الطبقة الاجتماعية" و"النوع الاجتماعي".

ربما تمثل وسائل الإعلام الاجتماعية أداة فعالة للتعبير عن التضامن، بالحديث مع الأشخاص المتقاربين في التفكير والمشاركة في النشاط السياسي. لسوء الحظ، يمكن أن تستخدم أيضًا في تعزيز الاضطهاد، مثل سيادة البيض أو التحيز الجنسي (هرينج Herring 2000؛ ودانيلز Daniels 2009).

على سبيل المثال، لقد فحصت ليزا ناكامورا Lisa Nakamura على نطاق واسع التمثيلات المختلفة للأسيويين والأمريكيين الأسيويين على الإنترنت، بمن فيهم شخصيات ألعاب الفيديو وخطاب مواقع الويب و"الأصدقاء المفضلين" على برنامج "المراسل الفوري" (Instant Messenger)). ووجدت أنها التزمت بالصور النمطية المقولبة المبسطة جدًا والعنصرية مثل فتاة الجيشا والفنان العسكري. وتدفع ناكامورا بأنه، على الإنترنت، من المفترض أن يكون الفاعل (أو المستخدم) النموذجي شخصًا أبيض ذكرًا سويًا ما لم "يُشر" إلى خلاف ذلك. وهذا يعني أن ما يبدو أنه سياق غير معلَم بواسطة العرق هو فعليًا معلَم بقوة بوصفه "غيريًا بحتًا" (Heteronormative) (سويًا غير شاذ) وأبيض اللون بشكل معياري. إذا ما أشار مستخدم أنه لا يتوافق وهذا الوصف، عبر صورة مستخدم أو اسمه المستعار، ربما يتم انتقاده لإقحامه العرق في محادثة أو الدعوة إلى رد فعل غاضب عنصري (ناكامورا Nakamura 1999، 2008). بينما يمكن أن يكون التفاعل على الإنترنت نافعًا لبناء الائتلاف، ما زال الاضطهاد البنيوي متواجدًا بشكل هائل.

انهيار السياق والخصوصية

إن الاحتفاظ بهوية على الإنترنت ممكن التحقق منها يحمل معه مجموعة جديدة من المشكلات والمخاوف. وتتمثل إحداها في "انهيار السياق" (Context collapse)، النظرية التي مفادها أن التقنيات الاجتماعية تصعب تقديم الذات اعتمادًا على البيئة أو الجمهور (ماروبك Marwick وبويد Boyd 2011a). إن مواقع عملاقة مثل "فيس بوك" و"تويتر" تجمع الأصدقاء وأفراد الأسرة وزملاء العمل والأقارب معًا تحت مظلة مصطلح "الأصدقاء" (بويد Boyd 2006). وفيما يمكن في الحياة الواقعية تغيير صورة تقديم الذات

اعتمادًا على من يتفاعل معهم الشخص، ففي المواقع الاجتماعية واسعة النطاق، ينقل المرء المعلومات إلى أنواع مختلفة عديدة من الناس في الوقت نفسه. ويولد هذا صراعًا حينما تتضارب معايير هذه المجموعات. على سبيل المثال، يمكن أن يساء فهم مزحة بين مراهقين اثنين على نحو سلبي من جانب والدة أحد المراهقين، أو قد تستخدم صورة فوتوغرافية من حفل جامح كدليل لإقالة موظف (كما حدث لامرأة فقدت مؤهلات ممارسة مهنة التدريس بسبب صورة نشرت على MySpace حملت تسمية "القرصان الثمل").

وفيما تزود بعض مواقع التواصل الاجتماعي بالقدرة على تصفية المحتوى إلى مجموعة فرعية من الأصدقاء، ربما تكون هذه الإعدادات صعبة في إعادة الضبط وعادةً ما تتغير من دون إنذار. نتيجة لذلك، فقد طور الناس مجموعة من التقنيات للتعامل مع انهيار السياق. يحتفظ بعض الناس بعدة حسابات شخصية: أحدها "آمن للعمل" والآخر "شخصي بصورة أكبر". ويستخدم آخرون أسماء مستعارة لا يعرفها سوى أصدقائهم المقربين. وما زال آخرون يستخدمون مواقع عملاقة مثل "الفيس بوك" للرسائل العامة ويحتفظون بصور التفاعل الأكثر شخصية للرسائل النصية أو برنامج المراسل الفوري أو المجموعات الخاصة. ينشئ بعض المستخدمين محتوى ملائمًا لمجموعات متعددة في الوقت نفسه، أو ينوعون رسائلهم بحيث تتناسب وجماهير مختلفة (مارويك Marwick وبويد boyd 2011a). وتجسد هذه الاستراتيجيات المبدعة كلاً من أهمية انهيار السياق كمشكلة والطرق المختلفة التي يستعيض من خلالها المستخدمون عن الافتقار إلى الإمكانية الوظيفية المطلوبة في تطبيق.

ونظرًا لأن مواقع التواصل الاجتماعي تشجع الناس على مشاركة قدر كبير من المعلومات الاجتماعية، فإنها تطرح على السطح قضايا عديدة تحيط بخصوصية البيانات. إن الناس لا يتعين عليهم مراقبة المعلومات التي يمنحونها عن وعي وبشكل مباشر للآخرين فحسب، وإنما أيضًا المعلومات التي "نشرها" الناس عنهم. (نيسنباوم Nissenbaum 2010). على سبيل المثال، يتيح موقعا "فليكر" Flickr و"فيس بوك" تسمية الصور بأسماء الأشخاص الذين يظهرون فيها. على "الفيس بوك"، ستظهر هذه الصور الفوتوغرافية

على الصفحة الشخصية للمستخدم ما لم يقم المستخدم على وجه التحديد بـ "إلغـاء تـسمية" نفسه. وعلى "تويتر"، تنتج @replies روابط بين المستخدمين حتى وإن لم يكن لـدى أحـدهم الرغبة في أن يتم ربطه بالآخر. ولأن أشكال التفاعل على الإنترنت تفتقر للتعليقـات الثريـة في التواصل وجهًـا لوجـه، قـد يـتم تفـسير كـل الآثـار الرقميـة التـي خلفهـا شـخص مـن جانـب مشاهدين فضوليين من أجل تعزيز أفكارهم المدركة عن المستخدم.

الأصالة

يتمثل أحد أوجه الاختلاف الرئيسية بين وسائل الإعلام الجماهيريـة والإعـلام الجديـد في أن الإعلام الجديد يسمح بالتفاعل المبـاشر بـين منتجـي الإعـلام ومـستهلكيه. إن مواقـع مثـل "يوتيوب" و"فيس بوك" ممتلئة بمقاطع الفيديو والصور والنصوص المنتجة في الأساس من قبل "أناس عاديين". لقد أصبح بعض النـاس مـشهورين جـدًا بـسبب مدونـة تحظـى بـشعبية، أو إحدى محطات "يوتيوب" أو مـيم إنترنـت. وعـادة مـا يوظـف "المـشاهير المـصغرون" هـؤلاء وسائل الإعلام الاجتماعية في زيـادة شـعبيتهم لـدى جمهـورهم (سـنفت Senft 2008). عـلى عكس المشاهير التقليديين، الذين يظلون منعـزلين عـن العامـة بفعـل مجموعـة مـن الـوكلاء والمديرين والحراس الشخصيين، فإن من يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية في البقـاء عـلى تواصل مع معجبيهم من المتوقع أن يكونون "متاحين" و"واقعيين" (ماروبك Marwick وبويد boyd 2011b).

قد يكون من الصعب جدًا إدارة توقع الأصالة، إذ إن الأصالة في حد ذاتها ليست مطلقة أبدًا ودائمًا ما توضع في تباين مع شيء آخر (على سبيل المثال، فريق لموسيقى الجاز بـدلاً مـن سلسلة شركات) (جرازيان Grazian 2003). إن من ينتهجون ممارسة المشهور المصغر يتحـتم عليهم التنقل بين كشف المعلومات الشخصية ليبدون صـادقين وواقعيـين بالنـسبة لمعجبـيهم والكشف عن أمر من شأنه أن يؤذيهم شخصيًا ومهنيًا.

خاتمة

منذ أن أصبحت الإنترنت تحظى بالشعبية في منتصف التسعينات من القرن العشرين، قد تساءل الناس عما إذا كانت وسائل الإعلام الجديدة تغير الهوية أو الصورة التي يعبر بها الناس عن أنفسهم. من المؤكد أنها قد وفرت مجموعة جديدة من الأدوات للتعبير عن الذات، من المدونات إلى التغريدات. علاوة على ذلك، فإن مواقع مثل Friendster وMyspace قد جعلت البناء الاجتماعي للهوية واعيًا بالذات ومرئيًا. يعلم الناس أن عليهم اختيار ماهية أوجه ذواتهم التي يرغبون في تقديمها على الإنترنت وأيضًا - على عكس الحال في بيئات التواصل المباشر وجهًا لوجه، حيث يكون من المتاح تغيير استراتيجيات تقديم الذات بسرعة - يتحتم تحديد هذا مسبقًا. وفيما لا يتوفر حاليًا أي أدوات لإدارة انهيار السياق، يستخدم الناس مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات الإبداعية بما فيها البلبلة أو التشويش والحسابات المتعددة ونشر الرسائل المشفرة والعودة إلى مواقع أصغر لإجراء محادثات خاصة.

وعلى الرغم من ذلك، فإن من الواضح أن شبكة الإنترنت لم تحرر الناس من الاضطهاد البنيوي للاختلاف، كما أن التحيز الجنسي البنيوي والتمييز العنصري والتحيز الجنسي على أساس الميول الجنسية السوية وهلم جرا شائعة على الإنترنت تمامًا مثلما هي شائعة في سياقات التواصل المباشر وجهًا لوجه. إن فانتازيا الإنترنت كساحة لعب غير مادية هي كذلك فحسب، فانتازيا.

في الوقت نفسه، ربما يكون لنزعة وسائل الإعلام الاجتماعية إلى جعل بناء الهوية واضحًا آثار واسعة النطاق لم يتم تحديدها بعد. على سبيل المثال، توفر الإنترنت مجموعة هائلة من الأدوات لتحسين الذات، من التمارين الرياضية وبرامج تعقب الحمية الغذائية لدراسة المساعدات والمواد التعليمية. تجمع مواقع مثل RunKeeper وSparkPeople وOpenCourseWare وKhan Academy بين تركيز قوي على التقدم الشخصي للفرد والدعم المستقى من أشكال التواصل بين الأشخاص المدعمة بالإنترنت. وتسمح هذه الأدوات للناس بالعمل بوضوح صوب الوصول إلى هويات مرغوب فيها أمام جمهور

معني، غير أنها أيضًا تعزز أفكارًا معينة لما يعنيه أن تكون فردًا متفوقًا حديثًا - تحديدًا، متمتع باللياقة ومتعلم. بالمثل، يستقي الناس من الشبكات العالمية لاختيار الاتجاهات والموضات والتقاليع التي يرغبون في متابعتها، لتتفوق في بعض الأحيان على الاتصالات المحلية. على سبيل المثال، عادة ما يتأثر مدونو الموضة بالمدونين الآخرين بدرجة تفوق تأثرهم بالناس المحيطين بهم، لينتجوا اتجاهات تنتشر عبر الإنترنت ولكنها تتجلى في التواصل المباشر وجهًا لوجه. إن مثل الأشكال من التفاعل تشوش الفارق بين التعبير عن الهوية على الإنترنت وخارجها، لتعقد فهمنا للبناء المشترك للهوية والأداء. وتشير هذه التغيرات إلى أن التعددية يمكن أن يتم تشجيعها وكبحها من قبل تقنيات اجتماعية.

وبوسع مستخدمي الإنترنت المعاصرين العثور على أناس للحديث معهم عن أي موضوع افتراضيًا. وبات من الأكثر سلاسة التعرف على "البانك روك" (Punk Rock) و"النباتية" (Veganism) وقضايا "المتحولين جنسيًا"(Transgender) و"الليبرتارية" أو فلسفة الحرية(Libertiarianism) والنشاط البيئي و"الموضة العليا أو الصفوة" (High Fashion) و"ركوب الدراجات الهوائية" (bicycling) أو أي وسيلة تسلية أخرى أو وضع هوية أخرى عن أي وقت مضى. وتتيح المصادر المتوفرة للاستخدام في بناء الهوية وأدائها وتعبئتها تجربة أنماط حياة وذاتيات مختلفة. ومع ذلك، فإن مواقع مثل"فيس بوك" التي تركز على الهوية "الممكن التحقق منها" وثبات المحتوى على الإنترنت، بدعم من محركات بحث مثل "جوجل"، تصعب على الناس تجربة أوضاع الفاعل من دون ترك سجل دائم. ومن المرجح أن يبقى هذا الإقبال والإدبار بين مفهومي الذاتية والتعددية في تركيز حاد، بالنسبة لمستخدمي الإنترنت ومبتكري التكنولوجيا وباحثي الإنترنت.

المراجع

Baym, N.K. (2010) *Personal Connections in the Digital Age*. Malden, MA: Polity. boyd, D. (2006) "Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites." *First Monday*, 11(12). http://firstmonday .org/htbin/ cgiwrap/bin/ojs/ index .php/fm/article /view/1418/1336.

boyd, D. (2010) "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications" in Z. Papacharissi, ed., *A Networked Self*: *Identity*, *Community*, *and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.

Butler, J. (1990) *Gender Trouble*: *Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge. *Online Identity* 363

Crenshaw, K. (1991) "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color." *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299.

Daniels, J. (2009) *Cyber Racism*: *White Supremacy Online and the New Attack on Civil Rights*. Plymouth: Rowman & Littlefield.

Donath, J. (2008) "Signals in Social Supernets." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 231-251.

Ellison, N., Steinfield, C., and Lampe, C. (2007) "The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143.

Gershon, I. (2010) *The Breakup 2.0: Disconnecting Over New Media*. New York: Cornell University Press.

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity*: *Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.

Goffman, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

Grazian, D. (2003) *Blue Chicago*: *The Search for Authenticity in Urban Blues Clubs*.Chicago, IL: University of Chicago Press.

Hall, S. (1987) "Minimal Selves" in *Identity*, *the Real Me*. *ICA Documents*, 6, 44-46.

Herring, S.C. (1999) "The Rhetorical Dynamics of Gender Harassment On-Line." *Information Society*, 15(3), 151-167.

Herring, S.C. (2000) "Gender Differences in CMC: Findings and Implications." *CPSR*, 18(1).

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., et al. (2003) *New Media*: *A Critical Introduction*. New York: Routledge.

Liu, H. (2007) "Social Network Profiles as Taste Performances." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), art. 13.

Marwick, A. and boyd, d. (2011a) "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media* & *Society*, 13(1), 114-133.

Marwick, A. and boyd, d. (2011b) "To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter." *Convergence*, 17(2), 139-158.

McRobbie, A. (1994) *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge.

Nakamura, L. (1999) "Race In/For Cyberspace: Identity Tourism and Racial Passing on the Internet" in V. Vitanza, ed., *Cyberreader*. Boston, MA: Allyn and Bacon.

Nakamura, L. (2008) *Digitizing Race*: *Visual Cultures of the Internet*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Nissenbaum, H.F. (2010) *Privacy in Context*: *Technology*, *Policy*, *and the Integrity of Social Life*, Stanford, CA: Stanford University Press.

Omi, M. and Winant, H. (1993) "On the Theoretical Status of the Concept of Race" in C. McCarthy and W. Crichlow, eds., *Race*, *Identity*, *and Representation in Education*. New York: Routledge, pp. 3-10.

Papacharissi, Z. (2002) "The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.

Perkel, D. (2008) "Copy and Paste Literacy? Literacy Practices in the Production of a MySpace profile" in K. Drotner, H.S. Jensen, and K. Schroeder, eds., *Informal Learning and Digital*

Media: *Constructions*, *Contexts*, *Consequences*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, pp. 203-224.

Puar, J. (2007) *Terrorist Assemblages*: *Homonationalism in Queer Times*. Durham, NC: Duke University Press.

Senft, T. (2008) *Camgirls*: *Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang. 364 *Alice E. Marwick*

Soukup, C. (1999) "The Gendered Interactional Patterns of Computer-Mediated Chatrooms: A Critical Ethnographic Study." *Information Society*, 15(3), 169-176.

Stone, A.R.[S.] (1996) *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge, MA: MIT Press.

Stone, B. (2008) "Facebook Aims to Extend Its Reach Across the Web." *New York Times*. www.nytimes.com/2008/12/01/technology/internet/01facebook.html&partner=rss&emc=rss.

Turkle, S. (1995) *Life on the Screen*: *Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.

Woodward, K. (1997) *Identity and Difference*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Wynn, E. and Katz, J.E. (1997) "Hyperbole Over Cyberspace: Self-Presentation and Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse." *Information Society*, 13(4), 297-327.

الفصل الثالث

ممارسات الهوية المرتبطة بشبكة

جان - هينريك شميدت Jan-Hinrik Schmidt

مقدمة

يعرض واحد من أكثر أفلام الرسوم المتحركة ذكرًا عن التواصل عبر الإنترنت كلبين يجلسان أمام شاشة كمبيوتر، أحدهما يقول للآخر "على الإنترنت، لا أحد يعلم أنك كلب"[1] يعبر هذا عن رؤية مهمة قد تم ملاحظتها والتفكير فيها مليًا ومناقشتها منذ أن دخل التواصل المرتبط بشبكة والذي يتوسطه الكمبيوتر الحياة الاجتماعية: عند اتصالنا بالإنترنت، يتعين علينا أن نبني ونعرض بوضوح جوانب من أنفسنا بهدف المشاركة في التواصل. إن الممارسات المعينة لإدارة الهوية عبر الوسائط الجديدة المرتبطة بشبكات - والتي تعد محور الأعمال اليومية الروتينية للأفراد والإمكانات التكنولوجية والمعايير والتوقعات الثقافية - قد تتباين على نطاق واسع.

يناقش هذا الفصل الجوانب المتعددة للهوية المرتبطة بشبكة، الفكرة التي تجمع فكرتين ترتبطان ارتباطًا محوريًا بالجدل المثار هنا. أولاً، دائمًا ما تشير الهوية إلى السياق الاجتماعي؛ فالهوية من دون وجود آخرين مستحيلة. ثانيًا، الهوية تبنى وتؤدى على نحو

متزايد عبر وسائط مرتبطة بشبكة تضم إمكاناتها الخاصة وحدودها. بعد تلخيص الأفكار الرئيسية للنظريات الكلاسيكية للهوية بشكل موجز، ستتم مناقشة بعض خصائص الهوية المرتبطة بشبكة. وفي النهاية، سيوضع ويناقش إطار لتحليل ممارسات الهوية المرتبطة بشبكة، مع التركيز على وجه الخصوص على الارتباط بين الكشف عن الذات والخصوصية.

مفاهيم أساسية للهوية

تعد فكرة الهوية كشيء مميز لكل شخص مرتبطة على نحو لا يمكن فصله بتطور المجتمعات الحديثة، وتحديدًا بعمليات "التفريد" (Individualization). ولقد ساهمت هذه العمليات، بالاشتراك مع اتجاهات أخرى طويلة الأجل للتغيير الاجتماعي (مثل التنوير والترشيد والتصنيع وإرساء الديمقراطية) في المجتمعات التي يملك الأفراد فيها حقوقًا وخيارات بالإضافة إلى ضرورة بناء سيرهم الذاتية الخاصة (في إطار سياقات تاريخية وثقافية معينة). بعبارة أخرى: يمثل تشكيل هويتك الخاصة واكتشاف من أنت ومن تريد أن تكون إحدى المهام التطويرية الرئيسية في المجتمعات الحديثة (إريكسون Erikson 1959).

بينما قد يؤيد افتراض ساذج أن "الهوية" هي ملكية فردية تتحدد وتتشكل من جانب الشخص نفسه فحسب (الهوية كمجمل "ماهيتك")، فقد أثبتت المعرفة النفسية والاجتماعية أن الهوية الشخصية لا يمكن أن تتطور سوى عبر التفاعل والتواصل. في عام 1902، صاغ تشارلز إتش كولي 1964(Charles H. Cooley) مصطلح "الذات المرآة" (Looking glass self) لوصف كيف ندرك ونعكس هويتنا عبر ردود أفعال الآخرين، التي يتم ملاحظتها وتخيلها من جانبنا. وفي عام 1934، ميز جورج إتش ميد 1967(George H. Mead) بين وجهين لـ "الذات" - من جانب، "الأنا" التي تضم المشاعر والأفكار والدوافع وعلى الجانب الآخر "الأنا" التي تتألف من الصور والصفات المنسوبة والتوقعات من جانب الأشخاص الآخرين.

توسع نظرية اجتماعية عن الجوانب الاجتماعية للهوية الإدراك النفسي الذي مفاده أن الهوية لها بالضرورة وجهان ذاتيان داخلي وخارجي. في عام 1908، دفع جورج سيمل

Georg Simmel(1971) بأن هذه الجوانب تتحقق في إطار "دوائر اجتماعية"؛ أي في إطار الروابط الاجتماعية ومجموعات الأدوار المتعددة التي يشارك فيها الناس على مدار حياتهم: زوج أو زوجة، ابنة، معلم، طبال في فريق للهواة، مشجع لفريق رياضي معين، ناشط سياسي، وما إلى ذلك. من هذا المنظور، تمثل الهوية المزيج المحدد من الأدوار والعلاقات والأوضاع التي تميز كل فرد.

ويدعم الجدال البنيوي بصدد الجوانب الاجتماعية للهوية عمل إرفينج جوفمان Erving Goffman(1959) عن أداء الهوية في المواقف اليومية. لدى التفاعل، دائمًا ما يشارك الناس في عملية "إدارة انطباع" ويزودون الآخرين بمعلومات أو تلميحات عن هويتهم. وتتضمن "تلميحات ممنوحة" (معلومات يتم نقلها عن عمد أو حتى على نحو استراتيجي) علاوة على "تلميحات مبثة" (والتي تقدم بلا وعي - مثل جوانب الاتصال غير اللفظي).

تشير هذه الحجج الاجتماعية الكلاسيكية (والنظريات اللاحقة والدراسات التجريبية) إلى أن الهوية ليست ثابتة ومستقرة ولكنها "شيء 'قيد البناء' على الدوام .... إنها شيء نفعله وليست مجرد شيء نحن عليه" (باكينجهام Buckingham 2008: 8). واعتمادًا على سياق الموقف وعلاقة الأدوار لشريك (شركاء) التواصل، سيبرز الناس أوجهًا معينة من هويتهم أو يخفونها بما يتوافق والقواعد أو التوقعات المقرونة بدورهم ووضع مكانتهم. ومع ذلك، فإن إدارة الانطباع هذه ليست واعية ومنعكسة دائمًا، ولكنها عادةً ما تكون معتادة ومعتمدة على نصوص اجتماعية تضم روتينات سلوك معينة في مواقف بعينها.

وبصدد المفهوم العام للهوية، تعد حجة أخيرة ضرورية: على وجه التحديد نظرًا لأن الهوية مائعة ومعتمدة على سياقات وجهات اتصال اجتماعية وبسبب أن المجتمعات الحديثة توفر مجموعة متنوعة من أنماط الحياة وأنظمة القيم ونماذج الأدوار، يعد بناء هوية أيضًا تحديًا متعلقًا بالسيرة الذاتية. وينطبق هذا على وجه الخصوص خلال مرحلة المراهقة، عندما تشكل التطورات البيولوجية والمعرفية والشعورية التحول من مرحلة الطفولة إلى مرحلة البلوغ. غير أنه أيضًا في المراحل المتأخرة من الحياة، يتعين على الناس المشاركة في عمل هوية من أجل التكيف مع طوارئ وتناقضات وديناميكية العالم الاجتماعي

(إريكسون Erikson 1959). ويشمل هذا التعامل مع "مشروعات هوية" أصغر أو أكبر ربما تشير إلى تحقق أهداف وأحلام معينة، أو التعايش مع تغيرات مفاجئة في العلاقات الأسرية أو الوظيفة أو التخطيط والتفاعل مع نقل السكن. وتشير "سياسات الهوية"، على العكس، إلى استراتيجيات للتعامل مع تهميش جوانب هوية معينة داخل المجتمعات أو الثقافات، على سبيل المثال فيما يتعلق بالعرق والعرقية أو التوجه الجنسي أو الإعاقات. ويمكن أن يتضمن بناء هوية الفرد وأداؤها في مقابل أغلبية ثقافية (وفكرتها الضمنية في الأغلب الممثلة في "الاعتيادية") الفرد بالإضافة إلى الصراع والخلاف الجمعي.

خصائص الهوية المرتبطة بشبكة

تعد وسائل الإعلام في المجمل جزءًا مهمًا من بناء الهوية وأدائها. فهي لا توفر وتظهر فقط مصادر الهوية مثل نماذج الأدوار أو القيم الثقافية وإنما أيضًا أدوات وقنوات للتواصل بين الأشخاص وأيضًا لتأمل الذات والتأمل الباطن أو الاستبطان. توفر الأنواع الفنية الإعلامية المختلفة (على سبيل المثال دفتر مذكرات ورقي، برنامج تلفزيوني لاختيار الممثلين، المجلات المروحية) إمكانات وإعدادات متباينة لعمليات عمل الهوية هذه. وتركز الملاحظات التالية على التواصل الذي يتوسطه الكمبيوتر ضمن وسائل الإعلام المرتبطة بشبكات.

وهذا في حد ذاته مجال واسع، نظرًا لأن وسائل الإعلام تشمل النطاق الكامل لأوضاع التواصل التي اعتادت أن ترتبط بتقنيات أو قنوات إعلام منفصلة. وهي توفر تواصلاً بين الأشخاص أو أحاديًا، على سبيل المثال من خلال البريد الإلكتروني أو الرسائل المباشرة على منصة شبكة تواصل اجتماعي، فضلاً عن تواصل الواحد مع كثيرين عبر الصفحات الرئيسية الشخصية أو مواقع الويب الخاصة بوسائل الإعلام. فضلاً عن ذلك، فإن ثمة أشكال "ما بين هذه الأنواع" للتواصل بين قليلين وقليلين أو كثيرين وكثيرين، على سبيل المثال في مواقع الويكي وغرف الدردشة ولوحات النقاش المواكبة للأحداث.

وفيما يبدو من غير المجدي تخصيص منصات وخدمات معتمدة على الإنترنت لهذه الفئات على نحو نظامي، يعد إدراك الأنماط المختلفة للتواصل مهمًا مع ذلك لمناقشة الهوية المرتبطة بشبكة نظرًا لأن كلاً منها يزود بأطره الخاصة للكشف عن الذات وإدارة الهوية.

وعلى الرغم من أن التواصل الذي يتوسطه الكمبيوتر ربما يفتقر لإشارات معينة (مثل الإشارات غير اللفظية في حالة الحوار المعتمد على النص)، يعتمد الناس على تلميحات ممنوحة ومبثة لإدراك الموقف وتقييم شريكهم (شركائهم) في التواصل (والثر Walther وتيدويل Tidwell 1995). ولا تشتمل هذه التلميحات على محتوى التواصل فقط على هذا النحو بل تضم أيضًا "اللغة الجانبية" (Paralanguage) مثل الابتسامات وأيقونات العاطفة أو الأوجه التعبيرية والاختصارات، بالإضافة إلى عوامل سياقية مثل "مكان" التواصل (مثلاً مدونة شخصية أم موقع تواصل اجتماعي أم صحيفة على الإنترنت؟)، وإيقاع المحادثة (على سبيل المثال متزامن أم غير متزامن؟) وجودة المحتوى (هل مقطع فيديو ذو مستوى جودة احترافي أم غير احترافي؟).

ويتعلق فارق مهم في هذا الشأن بالاختلاف بين "تلميحات الهوية الشخصية" و"تلميحات الهوية الاجتماعية" (بايم Baym 2010: 108-119). وتتمثل تلميحات الهوية الشخصية في تلميحات ممنوحة (مبثة) من جانبي عن نفسي، بما فيها المعلومات الشخصية مثل اسم المستخدم وتاريخ الميلاد وصورة الصفحة الشخصية على إحدى المنصات، ولكن أيضًا أشكال موسعة من التواصل مثل المنشورات والتعليقات على المدونات أو في المجموعات الإخبارية فضلاً عن المعلومات غير اللفظية مثل التصميم المعين لرمز أو شعار في عالم افتراضي. وليس بالضرورة أن تكون جميع تلميحات الهوية الشخصية هذه مرئية للجميع - في الحقيقة، كما ستتم مناقشته لاحقًا، يعد كشف أو حجب بعض من هذه التلميحات على نحو انتقائي لجماهير معينة آلية مهمة لإدارة الخصوصية.

وقد تستخدم أيضًا تلميحات الهوية الاجتماعية، والتي تنبثق، بالمقارنة، من جانب أناس آخرين عني، بواسطة آخرين في تشكيل انطباع عن هويتي.

مجددًا، ثمة تباين هائل في طبيعة هذه التلميحات ومداها ودقتها، والتي ربما تضم تعليقات ارتجالية متروكة على مقطع فيديو أو صورة لي، أو شهادات معدة بذكاء عن عملي الاحترافي مستخدمة في موقع تواصل موجه للعمل أو نميمة وصور غير مرغوب فيها لي منشورة على الإنترنت من دون معرفتي.

وتـضم تلميحـات الهويـة الاجتماعيـة أيـضًا معلومـات عـن وضـعي في شـبكة تواصـل اجتماعـي والتـي أطلـق عليهـا دونـاث Donath وبويـد boyd(71 :2004) "عروضًـا عامـة للتواصل". تعتمد العديد من منصات الويب الاجتماعية على ترابط المخطط الاجتماعي بجعل الروابط الاجتماعية واضحة ومرئية، على سبيل المثال، كـ "أصـدقاء" أو "جهـات اتـصال" عـلى موقع تواصـل اجتماعـي أو كـ "متـابعين" عـلى Twitter. ويمكـن أن تعمـل سـمات الـشبكات الاجتماعية المترابطة هذه مثـل حجمهـما أو تكوينهـا أو مجموعـة جهـات الاتـصال المـشتركة كتلميحات هوية إضافية (توم تونج وآخرون Tom Tong et al. 2008).

وبجمعهـا معًـا، يـسهم كـل مـن تلميحـات الهويـة الشخـصية والاجتماعيـة الممنوحـة (المنبثقة) على الإنترنت في هويات مرتبطـة بـشبكة بوصـفها (عـلى الأقـل نوعًـا مـا) تمثـيلات مستقرة وملحوظة للذات. ولكن، مع وجود تباين في تلميحات الهويـة، يوجـد أيـضًا تبـاين في الهويات المرتبطة بشبكة ككل، بثلاثة أبعاد مختلفة:

- **الاستقرار.** من الملاحظات العامة عن الهويـة، يتبـع أن الهويـات المرتبطـة بـشبكة يمكـن (ويتعين) أن تكون أكثر أو أقـل ميوعـة. وبـشأن الهويـات المرتبطـة بـشبكة، يتـضمن هـذا حقيقة أن جوانب معينة من تمثيل على الإنترنت ربما تكون ثابتة وتظل دون تغيير لفـترة أطول، مثل اسم المستخدم الذي ينتقى عند التسجيل لخدمـة معينـة، أو قائمـة المـدارس التي يتم الالتحاق بها والوظائف المـشغولة التـي يـتم إدخالهـا في صـفحة شخـصية عـلى موقع تواصل اجتماعي. قد تتغير علامات هوية أخرى، مثـل صـورة الـصفحة الشخـصية أو التفضيلات الشخصية بشكل أكثر تكرارًا لتعكس التطور الشخـصي أو التغـيرات في الـذوق أو حتى الحـالات المزاجيـة العفويـة. وتقـدم أدوات النـشر الشخـصية مثـل المـدونات أو Twitter، بالإضافة إلى الإمكانات الوظيفية لتحـديث الحالـة عـلى منـصات أخـرى، نوعًـا إضافيًا من الديناميكيات لتقديم الذات على الإنترنت من خلال اقتراح تحديثات مستمرة، بل وحتى أقرب للمباشرة، وكشف عن الـذات. مـن ثـم، فإنهـا تـشبه الـسجلات الزمنيـة للأحداث أو اليوميات وتركز على جوانب مـن الهويـة المرويـة بـدلاً مـن "نمـوذج قاعـدة بيانات الهوية" المنفصل والمُجزَّأ (سورابور Sorapure 2003: 7).

- **الاتساق.** فيما يعد قدر من الاستقرار على الأقل لتمثيل على الإنترنت على مر الوقت شرطًا ضروريًا للقدرة على التمييز في إطار مساحة معينة على الإنترنت، هناك أيضًا تباين في الهويات المرتبطة بشبكة ناجمة على وجه الدقة عن طبيعتها المرتبطة بشبكة علاقات. مع تفاعل الناس في عملية تواصل وكشف عن الذات عبر قنوات متعددة وفي "أماكن" مختلفة على الإنترنت، فستتفاوت الدرجة التي تتداخل بها هذه الحالات على وجه التحديد من تمثيل الذات. من ثم، يمكن أن تتميز الهويات المرتبطة بشبكة باتساق (أو عدم اتساق) أوجهها أو سماتها، مع الوضع في الحسبان أن فصل الهويات على الإنترنت ليس بالضرورة تعبيرًا عن التضليل أو حتى الشخصية المفتتة ولكن في الأغلب استراتيجية متعمدة لتلبية احتياجات وتوقعات مختلفة مرتبطة بأدوار مختلفة يشغلها الفرد. وعلى الرغم من ذلك، فربما تعارض السمات التكنولوجية للتواصل المرتبط بشبكة - مثل استدامة البيانات أو قابليتها للبحث - هذه الإستراتيجيات نظرًا لأنها تيسر تجميع وربط ووصل التلميحات والهويات من سياقات تواصلية مختلفة (انظر لاحقًا للتعرف على مناقشة أكثر شمولاً بصدد الخصوصية).
- **القابلية للتمييز.** يمكن أيضًا تقييم الهويات المرتبطة بشبكة أو وصفها وفقًا للدرجة التي تتوافق بها مع جوانب من "الهوية من دون اتصال بالإنترنت". ركزت التحليلات المبكرة على التواصل الذي يتوسطه الكمبيوتر على ممارسات "لعبة الهواية" (تركل Turkle 1995) ودفعت بأن المساحات على الإنترنت يمكن أن توفر فرصًا للتعبير عن أوجه الهوية التي قد يتعين كبحها في سياقات أخرى مثل المدرسة أو العمل أو الأسرة. لكن، بينما لا يزال من الصواب أن الإنترنت توفر مساحات للتفعال تنفصل فيها الهوية على الإنترنت وخارجها بالكامل أو في معظمها (على سبيل المثال، العوالم الافتراضية مثل Second Life أو World of Warcraft)، فإن فكرة وسائل الإعلام على الإنترنت كـ "واقع افتراضي" منفصل عن "الحياة الواقعية" قد تلاشت في الأغلب. ويرجع هذا على وجه الخصوص إلى صعود وسائل الإعلام الاجتماعية التي وسع فيها الناس الاتصالات الاجتماعية من حياتهم اليومية وربطوا بينها، الأمر الذي يتطلب على الأقل بعضًا من التوافق بين تمثيلهم على الإنترنت وهويتهم خارجها أو من دون اتصال بها.

ممارسات الهوية المرتبطة بشبكة

حتى الآن، قد أشار هذا النص إلى أن الهوية دائمًا ما تؤدى وتبنى بالنظر إلى وعلى نحو مرتبط بآخرين بعينهم أو في العموم. تعتمد الهوية على كل من التلميحات الشخصية والاجتماعية، ومثل الهوية المرتبطة بشبكة - التي تتشكل وتؤدى في مساحات تواصل يتوسطها الكمبيوتر - يمكن أن تعرض درجات متعددة من الاستقرار والاتساق والقابلية للتمييز. في الجزء المتبقي من هذا الفصل، سيتحول التركيز إلى مناقشة ممارسات الهوية المرتبطة بشبكة، بإتباع نموذج استكشافي أو تجريبي (شميدت Schmidt 2007) يشير إلى أن الهوية المرتبطة بشبكة تؤدى وتنتج (أو يعاد إنتاجها) في حلقات فردية تتشكل (لكنها لا تُقرَر بواسطة الثلاثة عوامل السياقية أو البنيوية الممثلة في الشفرة والقواعد والعلاقات.

تشير الشفرة إلى الإمكانات التكنولوجية للإنترنت كبنية تحتية إعلامية فضلاً عن سمات تنسيقات ومنصات وخدمات معينة. تعتمد الهويات المرتبطة بشبكة على وتتشكل بواسطة مجموعات معقدة من الأجهزة والبرامج التي تتيح التفاعل والتواصل على الإنترنت في المقام الأول. يمكن وصف الشفرة على مستويات عديدة. على مستوى عام، عرَف بويد boyd 2010)) أربع سمات لمساحات التواصل المعتمد على الاتصال بالإنترنت: إن استدامة المعلومات الرقمية على الإنترنت وقابليتها للتكرار أو الإعادة وقابليتها للتوسع وقابليتها للبحث جميعها تؤثر على الكيفية التي قد تتجاوز بها المعلومات والتفاعل الشخصيين حدود الزمان والمكان؛ إذ إنها تؤثر بشكل مباشر على استقرار الهويات المرتبطة بالشبكة واتساقها وقابليتها للتمييز بشكل عابر أو مؤقت.

تأتي طريقة مختلفة لوصف الشفرة على مستوى الإمكانات الوظيفية المشتركة في أنواع فنية أو تنسيقات معينة. فمثلاً، تعد "الصفحة الشخصية" كواجهة لقاعدة بيانات يتم فيها إدخال معلومات شخصية معينة وحفظها وعرضها، مشتركة في خدمات عدة، حتى وإن اختلفت العناصر المحددة للصفحة الشخصية، ناهيك عن المعلومات التي يتم إدخالها من قبل المستخدم، بشكل هائل بين هذه الخدمات.

كذلك، يمكن أن توصف الشفرة على مستوى سمات معينة لمنصة بعينها، على سبيل

المثال بـالنظر إلى الخيـارات والإعـدادات الافتراضـية التـي يزودهـا Facebook أو LinkedIn لتنظيم وضوح المعلومات أو الصور أو العلاقات الاجتماعية.

غير أن ممارسات الهويـة المرتبطـة بـشركة ليـست معتمـدة فقـط عـلى سـمات الـبرامج والبنية العامة للإنترنت. فهي تتشكل على نحو إضافي بواسطة مجموعـة معقـدة مماثلـة مـن القواعد الاجتماعية، المؤلفة من روتينات مشتركة والقواعد أو التوقعـات الموافقـة عـن الـسلوك الملائم أو غير الملائم - على سبيل المثال، حول كيفية تقديم الذات على موقع تواصل اجتماعي موجه للعمل في مقارنة مع لوحة نقاش مخصصة لثقافـة فرعيـة معينـة. وتمثـل قواعـد إدارة الانطباع جزءًا من المعرفة الضمنية المقترنة بدور اجتماعي معين، وربما تعمل كمعايير للتضمين في والإقـصاء مـن مجموعـات اجتماعيـة، مـثلما قـد أظهـرت دراسـات متعـددة عـن الثقافـات (الفرعية) على الإنترنت (مثال، هودكينسون 2006 Hodkinson؛ وبيكر 2009 Baker).

تؤثر قيم وتقاليد ثقافية أوسع نطاقًا مثل الأمانـة والأصـالة والإبـداع أيـضًا عـلى تقـديم الذات عـلى الإنترنـت. وتتـضح مجموعـات قواعـد أخـرى وتـصاغ في صـورة قـوانين أو شروط الخدمة أو توجيهات مجموعة لمنصة. ربما تحظـر (أو تـشجع)، عـلى سـبيل المثـال، حـسابات مجهولة الهوية أو بأسماء مستعارة، بالإضافة إلى منع أشكال معينـة مـن تمثيـل الـذات، مثـل نشر صور عارية أو تعليقات هجومية أو جارحة.

ويتمثل جانب محوري من قواعد إدارة الهوية عـلى الإنترنـت في المـدى الـذي يـتم مـن خلاله التعامل مع الخداع والزيف (أو عدم الأصالة) وفرض عقوبة عليه (انظر الفصل الثـامن عشر في هذا المجلد بقلم بيرني هوجان Bernie Hogan). وبينما دائما ما تضم إدارة الانطبـاع (مـع أنهـا عـادة مـا تكـون غـير واعيـة أو معتـادة) انتقـاء و"إعـداد" أوجـه معينـة للهويـة بخلاف غيرها، يعتبر الزيف في سياقات عديـدة سـلوكًا منحرفًا. عـلى سـبيل المثـال، قـد تمثـل الصفحات الشخصية التي يبتكـر فيهـا مـستخدم مـا هويـة خياليـة أو مـصطنعة اسـتراتيجية للمشاركة في التواصل مع الحفاظ عـلى إخفـاء الهويـة والخـصوصية. غـير أن هـذه "الـصفحات الشخصية الزائفة" يمكن أن تستخدم أيضًا في التنمر على الآخـرين أو مـضايقتهم، والتـي تعـد إحـدى المـشكلات الاجتماعيـة الرئيـسية المرتبطـة باسـتخدام الإنترنـت، لا سـيما بالنـسبة

للمراهقين (ستاكسرود Staksrud 2009). وتـضم ممارسـات إدارة الهويـة المخادعـة الأخـرى "الدعايـة الـشعبية الزائفـة" (astroturfing) و"فـن دمـى الجـوارب"(sock puppetry) - مصطلحان نشآ في التواصل على مستوى الشركات والتواصل السياسي.

هنا، يتم إنـشاء الهويـات لإخفـاء هـذه الاهتمامـات الاسـتراتيجية واسـتثارة انطباعـات حماسة أو اهتمام حقيقية أو غير تجارية. (هوارد Howard 2003).

وعلى غرار المعايير الاجتماعية الأخـرى، تعتمـد قواعـد إدارة الهويـة بالمثـل عـلى فـرض عقوبة على التجاوزات أو المخالفات. ومن ثم، دائمًا ما تكون القواعد مرتبطة بهياكل السلطة. وفيما يتم تفعيل المعايير الاجتماعية غير الرسمية في المعتاد عـبر شركـاء تفاعـل، فـإن القواعـد والنصوص والقوانين عادة ما تفرض من جانب المزودين أو حتى المدعين القانونيين، وحتى مع اعتمادهم في الأغلب على مستخدمين آخرين في تقديم أشكال غير ملائمة من تقديم الذات.

يشمل العامل البنيوي الأخير الذي يشكل ممارسات الهوية المرتبطة بشبكة، العلاقات، كلاً من الاتصالات المعتمدة على الـبرامج والـروابط الاجتماعيـة. تفـسر العلاقـات التكنولوجيـة مثـل الارتباطات التشعبية بين مستندات الويب أو العلاقات في إطار قاعدة بيانـات موقـع تواصـل اجتماعـي الطبيعـة الـشبكية للهويـات المعتمـدة عـلى الإنترنـت، نظـرًا لأنهـا تـشكل وتـربط المجموعات المكثفة والمتعددة من البيانات الشخـصية - التعليقـات والـصور والنـصوص الماضـية والحاضرة - التي تعد تمثيلات وتعبـيرات لهويـة شـخص عـلى الإنترنـت. وفـيما يمكـن قراءتهـا كتعبيرات فردية، عادة ما تـشير إلى روابـط اجتماعيـة، سـواء عـبر تعليقـات وروابـط معتـادة لمدونة أحد الأصدقاء أو عـبر الاتـصال الرسـمي المكتـوب داخـل قاعـدة بيانـات حيـنما يقبـل شخص ما طلب صداقة على Facebook.

على العكس، لا تمثل الروابط الاجتماعيـة، مجـرد مطلـب أسـاسي وجانـب مـن تـشكيل الهوية، بل تشكل أيضًا جماهير معينة لأجل إدارة الانطباع. ومن ثم، تعد مرجعًا مهمًا لقضايا الخصوصية، التي ستتم مناقشتها فيما يلي.

رسم الحدود: الكشف عن الذات والخصوصية

إن لمجموعة من الشفرات والقواعد والعلاقات التي تُمارَس داخلها الهوية المرتبطة بشبكة تأثير عميق على الكشف عن الذات والخصوصية (ترييت Trepte وراينيكي Reinecke 2011). وعلى نحو مماثل للهوية، ينبغي ألا يوضع تصور للخصوصية بوصفها حالة ثابتة. بل إنها عملية مستمرة ومتغيرة تاريخيًا للاحتفاظ بالسلطة وممارستها على مدى المعلومات الشخصية التي يتم توصيلها (وستين Westin 1970) أو على الوصول إلى الذات من قبل آخرين (ألتمان Altman 1975). دائمًا ما تكون الخصوصية ارتباطية من حيث إنه يتم الاحتفاظ بمعلومات شخصية معينة بحيث تكون في إطار الخصوصية فيما يتعلق بالأفراد أو المجموعات أو المؤسسات الأخرى، مثل الآباء أو الزملاء أو الجيران أو الغرباء أو الحكومة أو الشركات.

وعلى الرغم من ذلك، فإن فصل هذه الجماهير لأجل الكشف عن الذات يعد معقدًا على الإنترنت بسبب السمات التكنولوجية المذكورة آنفًا (الاستدامة والقابلية للتكرار أو الإعادة والقابلية للتوسع والقابلية للبحث) مما يُصعب رسم حدود بين السياقات الاجتماعية المميزة. وتسهم منصات الويب الاجتماعية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات (المصغرة) على وجه الخصوص في "مجالات عامة شخصية" (شميدت Schmidt 2009: 105-128) حيث يلتقي الخاص والعام معًا على ما يبدو.

وتتشكل المساحات العامة الشخصية متى وأين ينتج المستخدمون معلومات متاحة مرتبطة على نحو شخصي بهم (بدلاً من انتقائها وفقًا لقيم أخبار صحيفة)، موجهة إلى جمهور مستهدف من الروابط القوية والضعيفة (بدلاً من الجمهور المبعثر غير المتواصل وغير المعروف من المجالات العامة التي يتوسطها الجمهور)، الذي يقدم بالأساس للتفاعل في محادثة (مقارنة بوضع النشر أحادي الاتجاه). لكن، بدلاً من مجرد تدمير الخصوصية وتعزيز "الاستعراضية الرقمية"(digital exhibitionism) ، يعيدون تشكيل السياق لأجل هوية مرتبطة بشبكة بصورة أكثر تعقيدًا. من جانب، يساهمون في الحفاظ على "حضور متصل" (ليكوب Licoppe وسموريدا Smoreda 2005) بتمكين المستخدمين من مشاركة

المعلومات التي تعد وثيقة الصلة بهم في إطار شبكة موسعة من الروابط القوية والضعيفة. وعلى الجانب الآخر، يطالبون بروتينات ومهارات معينة، على سبيل المثال القدرة على "الحفاظ على التوازن بين معيار اجتماعي سياقي للأصالة الشخصية يشجع على مشاركة المعلومات والتواصل لتبادل المشاعر (العبارة التي كثيرًا ما يتم الاستشهاد بها 'ما تناولت في وجبة الإفطار') مع الحاجة للحفاظ على خصوصية المعلومات، أو على الأقل إخفائها عن جماهير معينة" (مارويك Marwick وبويد boyd 1201: 124).

تتمثل نقطة مرجعية مهمة للكشف عن الذات على الإنترنت في الجمهور المستهدف؛ أي، العامة، وهو عادةً ما يكون انطباعًا مبهمًا عمن يمكن الوصول إليهم عبر مدونة أو منصة أو خدمة دردشة وما إلى ذلك. تساعد جهات الاتصال الاجتماعية المترابطة أو التعليقات والملحوظات المباشرة على التفاعل السابق في تكوين فكرة عن عدد هؤلاء الأشخاص وتكوينهم، غير أنه غالبًا ما يبقى الجمهور خفيًا أو غير مرئي (شيدت Scheidt 2006). من ثم، فليس بالضرورة أن يتوافق الجمهور المستهدف والجمهور التجريبي - هؤلاء الأشخاص الذين يلاحظون فعليًا أي منشور أو تغريدة أو تحديث حالة معين. في حالات عدة، سيمثل الجمهور التجريبي مجرد مجموعة فرعية من الجمهور المستهدف، لأنه، على سبيل المثال، لن ترى جميع جهات الاتصال على Facebook فعليًا تحديث حالة معينًا.

غير أن الجمهور التجريبي ربما يكون أضخم أيضًا من الجمهور المستهدف، وهو هذا الجمهور المحتمل الذي يشكل أهمية خاصة للخصوصية. يشير البحث النوعي إلى أنه، على وجه الخصوص بالنسبة للمراهقين، يمثل "الآخرين المعروفين، ولكن غير الملائمين" (ليفينجستون Livingstone 2008: 405) الذين يمثلون إشكالية": الآباء أو المعلمين الذين يقرؤون مدونة أو يكتشفون حسابًا على Twitter ليسوا المقصودين لقراءته. يعتمد الجمهور المحتمل بدرجة هائلة على السمات التكنولوجية، وتحت ظروف الاستدامة والقابلية للبحث، من الصعوبة بمكان تقييم من يحتمل أن يتمتع بإمكانية وصول إلى منشور على مدونة أو تغريدة في المستقبل القريب أو البعيد جدًا. لكن اهتمامات وممارسات

الإشراف من قبل الشركات أو الدولة (انظر أيضًا الفصل التاسع عشر في هذا الكتاب بقلم أندرس ألبريتشتسلاند Anders Albrechtslund) يمكن التعبير عنها أيضًا كانحراف عن الجماهير المستهدفة والمحتملة.

خاتمة

على نحو ما، دائمًا ما تكون الهوية في المجتمعات الحديثة مرتبطة بشبكة، نظرًا لأنها لا يمكن أن تتطور سوى عبر التفاعل والتواصل في شبكات العلاقات الاجتماعية حيث يكون كل من التلميحات الشخصية والاجتماعية ممنوحًا (أو مبثًا) ومتصلاً بتصورات أو انطباعات أكثر أو أقل ثباتًا عن الذات. ومع ذلك، فقد أضافت تقنيات الإعلام الرقمي أوجهًا جديدة متعددة لهذه الممارسات، كما أن التبعات بعيدة كل البعد عن الطابع الرسمي. مثلما قد رأينا، قد تتباين الهويات المرتبطة بشبكة في درجات الاستقرار العارض والاتساق السياقي والقابلية للتمييز خاصتها فيما يتعلق بالشخصيات خارج نطاق الاتصال بشبكة الإنترنت. إن الكيفية التي تُقدَّم وتؤدَّى بها الهوية على الإنترنت ليست معتمدة فقط على الفرد وإنما تتشكل بواسطة مجموعات معقدة من الشفرات البرمجية والقواعد الرسمية وغير الرسمية والعلاقات التكنولوجية والاجتماعية التي تجري داخلها تفاعلات معينة. وتتمثل إحدى التبعات (على سبيل المثال لا الحصر) لهذا السياق الاجتماعي التكنولوجي المتغير بالنسبة لممارسات الهوية في الطلب المتزايد على إدارة الخصوصية الناتج عن عدم التوافق بين الجماهير المستهدفة والمخاطبة بالكشف عن الذات وبين الجماهير التجريبية والمحتملة المقدمة من قبل تكنولوجيا الإعلام الرقمي. ويذكرنا هذا على الدوام بمدى عمق تغيرات الإعلام الرقمي، حتى بالنسبة لشيء "أساسي" للحياة الاجتماعية مثل "الهوية".

ملاحظات

1- The cartoon even has its own Wikipedia page: http://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you%27re_a_dog.

المراجع

Altman, I. (1975) *The Environment and Social Behavior*. Monterey, CA: Brooks/Cole.

Baker, A. (2009) "Mick or Keith: Blended Identity of Online Rock Fans." *Identity in the Information Society*, 2(1), 7-21.

Baym, N.K. (2010) *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity.

boyd, d. (2010) "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications", in Z. Papacharissi, ed., *Networked Self*: *Identity*, *Community*, *and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, pp. 39-58.

Buckingham, D. (2008) "Introducing Identity" in D. Buckingham, ed., *Youth*, *Identity*, *and Digital Media*. Boston, MA: MIT Press, pp. 1-22.

Cooley, C. (1964 [1902]) *Human Nature and the Social Order*. New York: Schocken.

Donath, J. and boyd, d. (2004) "Public Displays of Connection." *BT Technology Journal*, 22(4), 71 -82.

Erikson, E. (1959) *Identity and the Life Cycle*. *Selected Papers*. New York: International University Press.

Goffmann, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.

Hodkinson, P. (2006) "Subcultural Blogging? Online Journals and Group Involvement among U.K. Goths" in A. Bruns and J. Jacobs, eds., *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang, pp. 187-198.

Howard, P.N. (2003) "Digitizing the Social Contract: Producing American Political Culture in the Age of New Media." *Communication Review*, 6(3), 213-245.

Licoppe, C. and Smoreda, Z. (2005) "Are Social Networks Technologically Embedded? How Networks are Changing Today with Changes in Communication Technology." *Social Networks*, (27)4, 317-335.

Livingstone, S. (2008) "Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression." *New Media* & *Society*, 10(3), 393-411.

Marwick, A. and boyd, d. (2011) "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media* & *Society*, 13(1), 114-133.

Mead, G.H. (1967 [1934]) *Mind*, *Self*, *and Society*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Scheidt, L.A. (2006) "Adolescent Diary Weblogs and the Unseen Audience" in D. Buckingham and R. Willett, eds., *Digital Generations*: *Children*, *Young People*, *and New Media*. London:

Lawrence Erlbaum, pp. 193-210.

Schmidt, J. (2007) "Blogging Practices: An Analytical Framework." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), art. 13. http://jcmc. indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html.

Schmidt, J. (2009) *Das neue Netz*. *Merkmale*, *Praktiken und Folgen des Web 2.0* [The New Net. Characteristics, Practices and Consequences of Web 2.0]. Konstanz: UVK. 374 *Jan-Hinrik Schmidt*

Simmel, G. (1971 [1908]) *On Individuality and Social Forms*, trans. D. Levine. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Sorapure, M. (2003) "Screening Moments, Scrolling Lives: Diary Writing on the Web." *Biography*, 26(1), 1-23.

Staksrud, E. (2009) "Problematic Conduct: Juvenile Delinquency on the Internet" in S. Livingstone and L. Haddon, eds., *Kids Online*. *Opportunities and Risks for Children*. Bristol: Policy Press, pp. 147-157.

Tom Tong, S., Van Der Heide, B., Langwell, L., and Walther, J. (2008) "Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 531-549.

Trepte, S. and Reinecke, L., eds. (2011) *Privacy Online*. *Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web*. Berlin and Heidelberg: Springer.

Turkle, S. (1995) *Life on the Screen*: *Identity in the Age of the Internet*. New York: Touchstone.

Walther, J.B. and Tidwell, L.C. (1995) "Nonverbal Cues in Computer-Mediated Communication, and the Effect of Chronemics on Relational Communication." *Journal of Organizational Computing*, 5, 355-378.

Westin, A. (1970) *Privacy and Freedom*. London: Bodley Head.

قراءة إضافية

Ito, M., Baumer, S., Bittani, M., et al. (2010) *Hanging Out*, *Messing Around*, *Geeking Out*: *Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press. http://mitpress.mit.edu/books/full_pdfs/Hanging_Out.pdf.



السياسات والمشاركة والمواطنة

الفصل الرابع

الإنترنت وانفتاح المساحة السياسية

ستيفن كولمان Stephen Coleman

الانفتاح والانغلاق

مع مطلع القرن الحادي والعشرين، اتسمت مساحات وممارسات ما نشير إليه على نحو شائع باسم "سياسات" بتوتر مثير للتساؤل والفضول. من جانب، بدا سن السياسات أكثر من أي وقت مضى على الإطلاق يتخذ شكل أداء: يدار على المسرح ويتم التدريب عليه لأجل الاستهلاك الإعلامي؛ ويمتثل لمجازات سردية معيارية بدت تحول كل واقعة سياسية إلى قطاع من دراما أقرب إلى الدراما التلفزيونية التي تعالج مشاكل الحياة المنزلية؛ ويقلص الواقع المادي إلى وساطة رمزية؛ ويغلق المساحة للصوت العام. وعلى الجانب الآخر، كان خطاب مشاركة يائس نوعًا ما منتشرًا: كان الساسة يستفيضون في الحديث ليظهروا مدى "ملامستهم" الرأي العام؛ وكانت تفاعلية وسائل الإعلام (بدءًا من البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي يشارك فيها المستمعون والمشاهدون بأسئلتهم ومناقشات الاستوديوهات على الهواء مباشرةً إلى كل أنواع المشروعات التشاورية على الإنترنت) تُستغَل بهدف تحفيز المواطنين الخاملين على ما يبدو؛ وكانت مبادئ الحوكمة

المثمرة على نحو مشترك هي موضوع مجموعة من التجارب المدفوعة من جانب الحكومة. كانت السياسات تنفتح وتنغلق.

في واقع الأمر، كان - ولا يزال - يعاد تعريف السياسات. لم يعد قليلون يؤمنون بأن الجانب السياسي يمكن أن ينحصر في مجموعة ضيقة من الأنشطة المؤسسية التي يكون فيها التصويت اللحظة المهمة للعمل المدني ووضع التشريعات نقطة النهاية للحكم. بيد أن الجانب السياسي ينفذ من كل صنوف الأركان الثقافية والعلاقات، بدءًا من المزاعم والمزاعم المضادة حول التمييز العنصري العارض على تلفزيون الواقع إلى النقاشات الجماهيرية حول ما يعنيه أن يكون المرء بريطانيًا أو أوروبيًا أو غربيًا أو متحضرًا؛ تغيرات المزاج الوطني فيما يتعلق بالغذاء الصحي عقب حملة من قبل طاهٍ على التلفزيون؛ والمعارك العامة حول الدلالات السياسية للمنظومة الأخلاقية الدينية. لا يمكن قصر هذه المجموعة التي لا تعد ولا تحصى من المزاعم لا يمكن حصرها في سياسات حزبية، والبت فيها داخل غرف المشاورات البرلمانية الشبيهة بالمتاحف، أو عبر مخزون من العمل الجماعي.

ومع ذلك، فمع ظهور أنماط جديدة من التنافس السياسي، يبدو أن المساحة العامة تتقلص. في مواجهة انهيار اقتصادي مدفوع بالسلوك غير المنظم من جانب الرأسماليين معدومي الضمير، وفشل الحكومات والشركات في التفكير على نحو يتخطى قيود العقلانية التجارية والخوف المحتدم استجابة لمخاطر عالمية متسارعة وتعقيدات اجتماعية متعمقة، يبدو أن التصورات الرسمية للديمقراطية تصبح أكثر بخلاً وإدارية وانفصالاً عن الثقافة اليومية. وتخضع مساحات التفاعل الاجتماعي غير المقيدة، مثل خدمة البث العامة - التي اعتبرت في السابق ملاذات للتواصل المدني - في كل مكان لهجوم. على سبيل المثال، في المملكة المتحدة، يهدد التخفيض الهائل الأخير لرسم ترخيص BBC وعرض Oftcom للمشاركة في تمويل BBC استمرار شكل لنظام إعلامي موضع مساءلة علنًا لا يبرر نفسه بشكل محض على أساس طلب السوق. وفيما وراء موجات الراديو، تقع المساحات العامة، من المكتبات المحلية إلى المدارس والجامعات، إن كان لها أن تكون مستدامة، لضغوط مكثفة للتكيف مع اللغة غير المدنية وأولويات السوق. بالنسبة لغالبية

الناس، أصبحت الأنماط الرسمية من التواصل العام تُعامَل بوصفها مبهمة ومحيرة ومملة وغير ملائمة. يأتي الاطراد الرتيب لحديث الإدارة السياسية في تناقض مع تذبذب المجال العام غير الرسمي. وفي هذه الأوقات المضطربة، سيكون من الصواب أن يتساءل الباحثون: ماذا يعني أن تكون مواطنًا في حقبة من المساحة العامة المتدهورة؟

فكونك مواطنًا ديمقراطيًا يعني، على الأقل، أن تكون مطلعًا - ليس على كل شيء بل على ما يكفي لأن تشعر بالقدرة على المساهمة في المحادثة السياسية؛ أن تكون متشجعًا على المشاركة - ليس على الدوام، ولكن على الأقل لبعض الوقت؛ أن تشعر بالمشاركة - على الأقل إلى حد عدم الشعور بأنك طرف خارجي دائم؛ وعدم الشعور بثقة سياسية - اعتقاد ذاتي بأن المرء لديه على أقل تقدير فرصة للتأثير على العالم من حوله، وعلى وجه الخصوص مؤسسات الحوكمة. من دون مساحة وممارسات عامة تغذي تلك العناصر الأساسية للمواطنة، فما الذي يعنيه بحق الحديث عن السياسات بوصفها ديمقراطية؟

في مواجهة القوى المعقدة والتناقضية التي تفتح وتغلق مساحة ديمقراطية معاصرة، من المهم النظر إلى مساحات التواصل السياسي المنبثقة. لقد وجه قدر كبير من الاهتمام واسع الاطلاع إلى "احتمال التعرض للنقد والهجوم" الذي يواجه شبكة الإنترنت (كولمان Coleman وبلوملر Blumler 2009) كمساحة لإعادة إنعاش الحديث السياسي. ويبدو أن ثمة تحولاً يجري مجراه من الفترة الطويلة التي كان فيها نموذج البث أكثر العوامل المؤثرة في هذه الفترة (تحديدًا من أواخر العشرينات من القرن العشرين إلى أواخر التسعينات من القرن نفسه) إلى الظهور العالمي في الأعوام الأخيرة لنموذج تواصل عام يمثل فيه البث وسيطًا مدنيًا وحيدًا ويسود فيه منطق شبكات الإنترنت المتصلة.

وفي عصر هيمن عليه نموذج البث، كان لوساطة المواطنة أربع سمات رئيسية. أولاً، عمل البث في إطار بيئة من ندرة المعلومات. لقد حد الاعتماد على الإنتاج والتوزيع الصناعي للمعرفة الذي تتسم به الصحافة والإذاعة والتلفزيون حتمًا المجال المتاح أمام المواطنين للتصرف وفقًا لإدراكهم للعالم. إن تجاوز مشكلة ندرة المعلومات وظهور وفرة المعلومات يقلل من حواجز الوصول إلى إدراك جمعي. وليست الويكيبديا، الموسوعة

الحرة، إلا أكثر التوضيحات المذهلة لمثل تلك الظاهرة. ثانيًا، كان نموذج وسائل الإعلام المرئية والمسموعة متركزًا على الدولة. وتمثلت جهات البث العامة في جهات بث وطنية تعمل في إطار مساحات محكومة سياسيًا. لقد زعزعت العولمة استقرار السيادة التواصلية، حيث حتى الآن باتت الحدود المقيدة منفذة على نحو متزايد، كما أضحت الاتصالات السياسية متعددة الجنسيات بصورة متزايدة. ثالثًا، كان خطاب جذب البث موجهًا نحو المستهلكين السلبيين والمواطنين المحترمين (على الرغم من أن الجماهير لم تتصرف فعليًا على ذلك النحو). لقد أضحت جماهير وسائل الإعلام الغربية ما بعد محترمة، ليست لديهم ثقة في السلطة، ومتعددين في تفسيراتهم الثقافية، وغير مستعدين لأن يكونوا مجرد متلقين. لم يعد من الممكن أن يتم الترويج للمشاركة المدنية عبر مناشدات كاذبة للالتزام أو الخدمة، مثلما كان في ذروة نموذج البث. رابعًا، عمل البث على أساس تمييزات واضحة نسبيًا، مع كونها غير مؤكدة على الإطلاق، بين القضايا العامة والخاصة. افتُرِض أنه سيتم استهلاك البث في إطار مساحة خاصة، عادة للأسرة- بينما ستجرى أفعال مواطنة محددة في إطار مساحات مدارة من الشعبية المعترف بها. لقد أضحت هذه الحدود بين الحياة العامة والخاصة مختلطة الآن بشكل نهائي - وقاد هذا بدوره إلى شك جذري حول من يحتمل أن يكون المخاطب بدعاية البث. إن الحديث عن تحول لا يعني اقتراح أننا الآن في حقبة ما بعد البث؛ بل إننا في فترة تغير متواصل، وهي مقلقة ومشوشة بسبب سرعة تأثر المساحة العامة بتجاوزات عدائية، ولكن ربما تكون مبشرة أيضًا نظرًا للتصدعات المحتملة في صرح الرسمية الذي فتحته مساحات جديدة على الإنترنت.

الإنترنت والفرص الديمقراطية

مقارنة بأسلوب الصحافة ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة تجاه المواطنة الديمقراطية، ما الذي يمكن توقعه من شبكة الإنترنت؟ أولاً، على عكس البث، تعد الإنترنت وسيطًا للمستخدمين النشطين بالدرجة الأولى الذين لا يكتفون بمجرد تلقي معلومات عن العالم من حولهم وإنما يتفاعلون بصور عادة ما تكون مبدعة وصعبة وهدامة وتعاونية. وبالتيسير على الأفراد واكتشاف ما يهمهم على المستوى الشخصي ومتابعته،

وعن طريق خفض تكلفة الحصول على المعلومات، يقل أثر المكانة الاجتماعية على المشاركة السياسية.

إن بمقدور المواطنين والمجموعات التي تملك موارد محدودة الاضطلاع بأفعال تواصل ومراقبة كانت في السابق المجال الذي تسيطر عليه المؤسسات والأفراد الغنية بالموارد والتي كانت على الأرجح غير متحفزة بالقدر الكافي للمشاركة (بيمبر Bimber 2003). تحفز التكاليف المنخفضة للفعل الجمعي والمفاهيم المتغيرة للفعالية (كولمان وآخرون Coleman et al. 2011) تأثيرات سياسية واقعية. على سبيل المثال، بينما يبدأ الكثير من التواصل السياسي على الإنترنت بالتركيز على موضوع ضيق أو محدود، فإنه غالبًا ما ينزع نحو التطور إلى شبكة أكثر شمولاً واتساعًا وجدول أعمال أوسع نطاقًا، يشمل كلاً من أشكال التواصل على الإنترنت وخارجها بين مجموعة من الأفراد الذين لم يكن ليكتب لهم خلاف ذلك أن يلتقوا ويكتشفوا ما تشاركوه معًا (بنيت Bennett 2005؛ فلاناجين وآخرون Flanagin et al. 2006). يشير ما قد أسماه بنيت Bennett وسيجربيرج Segerberg(2011) "منطق الفعل التواصلي" إلا أنه، بإنتاج روابط غير مقصودة في الأغلب، تتشكل الجماهير التي لم تكن لتتجمع على هذا النحو في عصر ما قبل الإنترنت.

بالرغم من هذه الآمال العريضة، المصحوبة عادة بنتائج تجريبية تشير إلى تغيرات هائلة ليس فقط في أنماط الاستهلاك الإعلامي بل أيضًا في ممارسات التوسط الاجتماعي الأوسع نطاقًا، فقد عبر بعض الباحثين وصناع السياسة عن إحباطهم من الأثر المحدود للإنترنت على المؤسسات والعلاقات السياسية الراسخة منذ فترة طويلة والمتأصلة بعمق. فبينما ثمة قدر كبير من التجريب الإلكتروني من جانب الحكومات على مستويات عديدة، ما زالت أمثلة الممارسة الناجحة قاصرة على أعداد محدودة نسبيًا ضمن نذر قليل من الدول. لا يوجد أي هيكل لتسهيل التعلم وتبادل المعلومات عبر المشروعات الرائدة والتمارين التجريبية. لقد كانت الحكومات بطيئة في تحديد الممارسة المثلى وترسيخها. ومع إمكانية المداولة أو التشاور المبشرة بدرجة كبيرة للمناقشة على الإنترنت، فقد كان ثمة إخفاق حاد في إنتاج مساحات ضخمة موثوق بها للمداولة المدنية على الإنترنت. لقد

أثبتت الإنترنت أنها جيدة في جعل الناس يعبرون عما يريدون رؤيته يحدث وما لا يريدون، غير أنه لا يزال لزامًا عليها تطوير آليات بناءة لمساعدة الناس على تحديد حلول فعالة في مواجهة المصادر النادرة. وفي غياب نوع المجال العام على الإنترنت الذي يضع فيه المواطنون برامج عمل ويطبقون خبرتهم على الموضوعات ويتشاركون في إنتاج سياسة، فقد نزع الساسة إلى التعامل مع الإنترنت كمنصة لتقديم ذاتهم بشكل لا يتخلله وسيط. ومع كل حدودها الديمقراطية، نظرت الصحافة المطبوعة والصحافة المذاعة على الأقل إلى دورهما بوصفه ممثلاً في محاسبة أصحاب السلطة. من يكون دوره كذلك على الإنترنت؟ وفي مواجهة هذه الأسئلة والإحباطات المتباطئة، كان ثمة إدراك متنامٍ لحقيقة أن السياسات قد نجحت إلى حد ما في أن تعزل نفسها عن التغيرات الثقافية الضخمة المرتبطة بالتواصل على الإنترنت في مجالات أخرى، مثل التجارة وتوصيل الخدمات والتفاعل مع الآخرين والبحث عن المعلومات. يبدو الأمر وكأن هياكل السياسات وعملياتها تبقى متجمدة ومتمردة في عالم قد مضت فيه معظم العوامل الأخرى قدمًا.

رأب صدع علاقة محطمة

يدور التواصل السياسي حول علاقة بين نخب سياسية والمواطنين الذين يزعمون بأنهم يتحدثون لأجلهم. وفي الديمقراطيات السياسية، من المتوقع أن ترتكز هذه العلاقة على الاحترام المتبادل والثقة والشفافية.

يتوسط الصحفيون علاقة النخبة بالمواطن، والذين يتمثل دورهم الرئيسي في محاسبة السلطة السياسية. ونظرًا لأهمية نطاق التغير في العلاقة بين المواطن والنخبة لأي احتمالية أن تتحقق القدرة الديمقراطية للإنترنت على أرض الواقع، فإن هذا هو محور التركيز الرئيسي لهذا الفصل. تشكل ثلاثة عوامل أساس النطاق لعلاقة معاد تشكيلها.

أولاً، هناك الحقيقة التي لا تقبل الجدل التي مفادها أن المواطنين يتقدمون على النخب السياسية (الحكومات والممثلين المنتخبين والأحزاب السياسية) في سلوكهم التواصلي. وعلى مدار الجزء الأكبر من القرن الماضي، كان المواطنون (المدركون بوصفهم جماهير) مستبعدين بوصفهم أطرافًا خارجية، يلعبون دور المتفرجين على مسرح من

السياسات التي مضت قدمًا بغض النظر عن تعليقهم النقدي. والآن، لا تفرض ضجة الرأي العام فحسب وإنما المزاج أو الميل العام أيضًا تحولات وقيودًا يومية (وأحيانًا كل ساعة) على عمل الحوكمة أو الإدارة. انظر على سبيل المثال كيف تغير رد فعل النخبة السياسية البريطانية تجاه سلطة الإعلام الخاصة بروبرت مردوخ من تقدير واحترام مطلق غير مشروط إلى إدانة جماعية وانسحاب من الانتماء السياسي في غضون أقل من أسبوع. لقد أضحى ما يشعر به المواطنون ويفكرون فيه ويقولونه - ليس فقط لمستطلعي الآراء والساسة، وإنما أيضًا لبعضهم البعض عبر التواصل فيما بين الأقران - يشكل أهمية من الناحية السياسية.

ثانيًا، تعتبر تقنيات التواصل الآن زهيدة التكلفة ومتاحة إلى حد أنه لم يعد بمقدور المواطنين إنتاج أنواع جديدة من الروابط ببعضهم البعض فحسب، وإنما أيضًا تلقي معلومات سياسية وتعديلها وإعادة توزيعها والعمل بناءً عليها بصور تتجاوز نطاق سيطرة المؤسسات السياسية. يجري القسط الأكبر من مشاركة المعرفة السياسية والنقاش والتنظيم في العالم فيما وراء مساحات الدولة أو سلطة الإعلام القائمة. يرتكز جزء واحد فقط من السرد السياسي هذه الأيام على العلاقات الودية بين الساسة والصحفيين الذين التحقوا بالجامعات نفسها ويتحدثون نوع اللغة ذاته ويتشاركون قيمًا متماثلة حول الحياة العامة. ومن المؤكد أن ذلك التشابك النظامي لا يزال موجودًا ويعد أحد أسباب الانفصال العام عن السياسات، ولكن إلى جانبه، توجد أشكال سرد ناشئة تضفي على السياسات لونًا عاميًا.

ثالثًا، تحتم أن ننشأ كل شيء يحتمل أن يجري فيما يتعلق بإعادة تشكيل العلاقة ما بين النخبة والمواطن من إقرار بوجود خلل حاد. إن الثقة في السلطة السياسية متدنية. وسواء أكانت أكثر تدنيًا من ذي قبل أم في حالة ركود ببساطة، فسيكون من الصعب حتى بالنسبة لأكثر العلماء السياسيين تفاؤلاً ألا يدركوا أوجه التباين بين ما يفهمه غالبية الناس من السياسات كالمعتاد (فكر في فيلم In the Loop) وما يعنيه السواد الأعظم من الناس حينما يتحدثون عن العيش في نظام ديمقراطي (انظر إلى الربيع العربي). من دون إغلاق هذه

الفجوة المعيارية، يصعب تخيل العلاقة بين النخبة والمواطن توفر النشاط المطلوب للتعامل مع بعض تحديات السياسة الصعبة (تغير المناخ والهجرة العالمية والإرهاب والأوبئة وتقلب السوق) التي تواجه أنظمة الحكم المعاصرة. وبالنظر إلى هذه العوامل الثلاثة، بدأ يتبادر إلى ذهن النخب السياسية أن استراتيجيات تبني التواصل الرقمي أو استغلاله أو تفاديه لا يمكن تجاهلها. لو كان متاحًا لكبار الساسة قبل 10 أعوام نبذ الإنترنت كمساحة دخيلة مدهشة يسكنها هؤلاء الذين هم من الصغر بحيث لا يمكنهم التصويت، فإن من الواضح الآن أن التواصل السياسي لا يمكن أن يكون فعالاً من دون بعد مباشر على الإنترنت.

ومع التسليم بالحاجة إلى القيام بعمل ما - أي شيء - من أجل إظهار مؤهلاتها الرقمية، فقد تبنت حكومات عديدة استراتيجية نفعية. ويتمثل محور التركيز هنا في رؤية الفرد يتفاعل مع العالم الرقمي، متبنيًا لغة التواصل التفاعلي بأكملها، مع الإبقاء على استراتيجية لاستعراض الذات بشكل فردي أو ذاتي. وتوجد الآن آلاف من مدونات الساسة وصفحات Facebook ومقاطع الفيديو على YouTube، التي تتسم جميعها بمحاولة مماثلة لتحويل الإنترنت إلى شاشة تلفزيون. تحدث العديد من التبعات المريعة حينما يوظف الساسة هذه الاستراتيجية: ما بدا في السابق مفتوحًا ومبتكرًا يبدو الآن منظمًا ومنضبطًا وباليًا بشكل محبط؛ وما بدا في السابق أنه يوفر وعد الحوار التفاعلي ينحدر إلى نوع من التوافق الكاذب؛ ما بدأ كشبكة محتملة من التواصل بين كثيرين وكثيرين يتبين أنه دعوة للانتباه من قبل تواصل بين واحد وكثيرين (كولمان Coleman وموس Moss 2008؛ كولمان Coleman وبلوملر Blumler 2011). ويكمن خطر الاستراتيجية النفعية في أن المواطنين يمكنهم أن يستشفوا من خلالها - لا سيما عندما يحدث، في سياقات متعددة أخرى، أن تبدو تجاربهم في التواصل على الإنترنت أصيلة بدلاً من كونها مدارة أو موجهة. وتتمثل إحدى تبعات النفعية الرقمية الفاشلة في الشك العام المتفاقم في العملية السياسية.

لقد كان بديل لمحاولة التفاعل مع الجمهور على الإنترنت بالنسبة للنخب السياسية هو النظر للإنترنت كمساحة جديدة للحوكمة. على نحو متزايد، تتبنى الحكومات مبادئ

الحوكمة التي تبرز الحاجة لسلطة موزعة وسياسة منتجة بشكل مشترك وكفاءة تكنوقراطية. ويُنظَر إلى المواطنين بوصفهم "شركاء" سيأخذون على عاتقهم جوانب من السيطرة الاجتماعية المحفوظة حتى الآن لمراكز النخبة. وعلى الرغم من التزامهم البلاغي بمثل ذلك التحول، فإن ثقافة الحكومة راسخة ويصعب تغييرها. ومع ذلك، فإن بعض الحكومات قد تبنت استراتيجية تمكين تهدف إلى إنتاج بيئة تواصل يمكن فيها تحرير المعلومات العامة من القبضة الرسمية. مثلما أشار توم واتسون Tom Watson، وزير في حكومة العمال البريطانية: "يتمثل مستقبل الحكومة في توفير أدوات للتمكين" (خطاب موجه إلى مؤتمر Tower 08 Conference بتاريخ 8 مارس 2008). ولم يتضح بعد إلى أي مدى ستذهب أي حكومة في جعل كمية المعلومات التي تمتلكها وتتمتع بإمكانية الوصول إليها واستخدامها ليست أكثر شفافية وتوفرًا فحسب بل صالحة للاستخدام بصور قد تكون مزعجة للأعمال الروتينية الراسخة للنظام البيروقراطي خاصتها.

إن تزويد المواطنين بالكثير من البيانات الأولية ليس بالضرورة أن يكون تمكينيًا، خاصةً في غياب ثلاثة عوامل: آلية للإدراك الجمعي لكم عارم من الحقائق والأرقام المحيطة بأي مشكلة سياسية؛ وسيلة لمناقشة مزايا التفسيرات المتضاربة للواقع ومسارات العمل المقترحة؛ فضلاً عن احتمالية أن تكون الأحكام العامة، بمجرد الوصول إليها، متتابعة سياسيًا وليست مُهملَة أو مهمشة أو مختارة.

يتمثل خيار ثالث آخر يواجه النخب السياسية في النظر إلى التواصل الرقمي كوسيلة للتحول من المسرح الماكيافيلي إلى منتدى التشاور أو المداولة. لا تستتبع استراتيجية التشاور ما هو أقل من انتقال الحكومات من المسرح الرئيسي المرتبط بتشكيل السياسة واتخاذ القرار وتبني دور المنسق الاجتماعي، على نحو يمكن الشبكات الاجتماعية المتنوعة من أن تكون مفتوحة وتابعة لبعضها البعض. وستتمثل وظيفة أساسية للحكومة في هذا السياق في ربط الخبرة المحلية والعادات والمعرفة والإدراك العام بالهياكل الرسمية للتمثيل السياسي عن طريق تعزيز الآليات المتعمدة التي تتسم بأنها سريعة الاستجابة بشكل حساس لأوجه تباين السلطة الاجتماعية بين الشبكات المختلفة وفيما بينها. وتعد حالة كولمان Coleman

وبلوملر Blumler (2009) لتأسيس جموع مدنية على الإنترنت، والتي ستدار من قبل وكالة مستقلة منوطة بالمهمة المحددة الممثلة في ربط المساحات النشطة والشعبية للمواطنة بالعمليات السياسية لتشكيل السياسة واتخاذ القرار، مثالاً على محاولة لوضع التواصل الرقمي في قلب التغيير الدستوري داخل الديمقراطيات التمثيلية.

إن غالبية النخب السياسية في الوقت الراهن تتأرجح ما بين الاستراتيجية الأولى والثانية. وفي واقع الأمر، يسود في كثير من الدول مزيج من الاستراتيجيتين، مع استمرار محاولة بعض الساسة والأحزاب مواءمة الإنترنت مع غايات نقل الرسائل من القمة إلى القاعدة، فيما تسعى في الوقت نفسه قطاعات أخرى من النخبة السياسية إلى إقحام مجال الإنترنت في إطار مشروع الحوكمة الموزعة. لم يولِ سوى قليل من داخل النخبة السياسية أي اهتمام حقيقي للإمكانية الديمقراطية للتشاور على الإنترنت بالفعل، تتجنب مبادرات مثل الالتماسات الإلكترونية المقدمة للحكومة البريطانية بوضوح أي احتمالية لأن يقارن المشاركون أو يناقشوا أو يراجعوا آراءهم الراسخة. وفي صيغها الموجهة من قبل النخبة، تحاكي الديمقراطية على الإنترنت أوجه القصور المعيارية للسياسات المستقلة أو خارج نطاق شبكة الإنترنت.

وعلى الرغم من ذلك، فإنه لسوء الحظ، يمثل معظم ما يقوله ويفعله المواطنون على المستوى السياسي على الإنترنت عالمًا بعيدًا عن الرسائل المحاكة جيدًا وأوضاع تخاطب فرد واحد مع كثيرين والتي قد تركت الأحزاب والبرلمانات والحكومات مختبئة في الظلال الرقمية.

أشكال المواطنة الرقمية

كانت هناك فترة تألفت فيها المواطنة من مجموعة من الأنشطة النابعة من الإحساس بالواجب بالأساس والتي نادرًا ما تكون مبهجة: التصويت في صمت؛ الانضمام إلى أحزاب سياسية تجاهلت مساهماتك في أغلب الأوقات؛ متابعة الأخبار؛ إبقاء نفسك في علاقة خضوع تجاه القوانين الوضعية. وفي بيئة مفرطة في التعددية من التواصل والتعبير الاجتماعي على الإنترنت، ثمة إدراك واضح ينحرف فيه السلوك السياسي المدني، في كل

من أساليبه التواصلية وبؤرته الأساسية، من السياسات الرسمية والمؤسسية. وهذا لا يعني أن هناك أجندتان سياسيتان معزولتان بشكل مشترك فاعلتان، إحداهما مباشرة على الإنترنت والأخرى خارجها، غير أن الطرق التي قد مال من خلالها المواطنون في الماضي إلى محاكاة مخزون من السياسات الرفيعة قد تزعزعت بواسطة أشكال جديدة من التعبير المدني. إن من الصعب وصف هذه الأساليب الجديدة بالتعبير المدني - وسيكون من الاستحالة والحماقة إظهار أنها "أثر" لتواصل على الإنترنت. ربما كان من الممكن أن تظهر هذه النزعات المدنية من دون الإنترنت، غير أننا لا نملك المصادر التفسيرية لمخاطبة ذلك الافتراض الذي يمثل واقعًا مضادًا؛ ما يمكننا ملاحظته هو التغيرات في طرق إقرار المواطنة التي تتوافق وطرق التصرف على الإنترنت.

تستتبع الأجندة الأولى رفضًا لما يشير إليه الفيلسوف ريتشارد رورتي Richard Rorty بتسمية "المفردات النهائية" التي يمكنها أن تصف الحقيقة بالكامل. وبدلاً من ذلك، عادةً ما يتسم التعبير المدني على الإنترنت بما يطلق عليه رورتي Rorty مسمى "نزعة ساخرة": تلك التي تعامل واقع وحقيقة وختام مفاهيم كبرى مثل المواطنة أو الديمقراطية على أنها مضللة بل وحتى وهمية. بالنسبة إلى الكتاب الساخرين، يتم تجاهل "الأُسسية المعرفية" (Epistemological Foundationalism) والسعي إلى الاختتام لصالح أسلوب براجماتي أو عملي في التعامل مع حالات التاريخ الطارئة. لا يتمثل هدف الكتاب الساخرين في التقاط شروط الواقع وتعريفها في النهاية وإنما وصفها وإعادة وصفها مجددًا بلا نهاية. لذلك، تتجاهل تطبيقات مثل YouTube البحث التقليدي من جانب وسائل الإعلام عن التصوير الموضوعي الوحيد للواقع لصالح مونتاج للواقع مفرط في التعددية ومتعدد المعاني. تعارض تطبيقات مثل Wikipedia نموذج الكلمة الأخيرة، وتنظر لنفسها بدلاً من ذلك على أنها تيسر عملية إعادة وصف مستمرة. تبدو المناقشات التي لا تعد ولا تحصى الجارية في مجال المدونات أقل توجهًا نحو الوصول إلى استنتاجات صحيحة من الربط بمصادر مبعثرة للمعرفة الوهمية أو المفترضة. ولا تتعلق السخرية من هذا النوع بالسعي اللانهائي وراء المفارقة (كما يحتفى به على هذا النحو من قبل ما بعد محدثين بعينهم) وإنما بإعراض ديمقراطي عن يقين متطرف.

وتتمثـل سـمة مزاجيـة لكثـير مـن التعبـيرات المدنيـة عـلى الإنترنـت في رفـض المنطـق المؤسسي. أي أن هيمنة ممارسة من قبل أعمال روتينية راسخة ولوائح وذاكرة رسمية لا تُمـنَح قدرًا من الاعتماد التلقائي يفوق السلطة الإبداعية للابتكار والمعرفة المحلية والمشاعر المشتركة والمحاكاة الساخرة المؤسسية. على سبيل المثال، لقد سمحت الاندماجات على الإنترنـت، التـي تعيد مزج وتعدل البيانات الرسمية مع رؤية لجعلها صالحة للاستخدام للأشخاص خارج دائرة السلطة، للمواطنين بالتـصدي للرسـمية الـسياسية. ويمكـن النظـر إلى الأشـكال الجديـدة مـن المواطنة باعتبارها تتخطى حدود الفكـرة التقليديـة للمـواطن المـستنير، الـذي يمـتص بـشكل مطيع الأشكال المناسبة من المعرفة المنتجة بشكل احترافي، إلى المواطن الذي يعلِّم ذاته، والذي تتعزز لأجله قيمة المعرفة بواسطة بعدها عن وصاية الحراس الرسميين.

ثالثًا، ينزع التعبير المدني على الإنترنت إلى ألا يكون مقيـدًا بـالفوارق بـين الهـزل والجـد. يتم فرض مـا قـد أسـماه بيـل نيكـولس Bill Nichols "خطابـات الرزانـة"، (1991: 8)، مثـل الأخبار والتصويت والعلوم والأفلام الوثائقية، لمشاركة المساحة مع ما قد تم استبعاده بسلاسة شديدة من جانب معلقين سياسيين بوصفه محتوى مملًا وتافهًـا وغـير عقـلاني. وعـبر أشـكال تمثيل الذات المازحة، من بينها النكات ومقاطع الفيـديو والأغـاني، تـترك المجموعـات التـي يقـل حتى الآن احتمال أن تُرَى أو تُسمَع في إطار المجال العام بصمتها المدنية.

باختصار، ثمة انفتاح للسياسات يجري مجراه على الإنترنت، بالرغم من الوجود المـستمر لمواقع الويب المدارة مـن جانـب الحكومـة والأحـزاب التـي تفـشل بـشكل عـام في الارتبـاط بالنزعة المدنية الجديدة. ويوجد كثير من النزعات المقابلة المرتبطة بالبرامج المسجلة وهيمنـة الشركات عـلى مـساحة الإنترنـت ومحـاولات إضـفاء الطـابع التجـاري عـلى الطاقـات المدنيـة والتهديدات القانونية لحرية التعبير.

إن الإنترنت، على غرار بقيـة العـالم الاجتماعـي، متخمـة بأشـكال عـدم المـساواة وصـور الظلم والجور المخيبة للآمال. وحتى على هذا النحو، ثمة فرص في التواصل عـلى الإنترنـت بـدا من غير الممكن تخيلها من قبل في إطار نظام التواصل السياسي السائد. ولا تزال الكيفية التـي توظف بها تلك الفرص تساؤلاً تجريبيًا مستمرًا.

المراجع

Bennett, W.L. (2005) "Social Movements beyond Borders: Organization, Communication, and Political Capacity in Two Eras of Transnational Activism" in D. della Porta and S. Tarrow, eds., *Transnational Protest and Global Activism*. Boulder, CO: Rowman & Littlefield, pp. 203-226.

Bennett, W.L. and Segerberg, A. (2011) "The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics." Paper presented at the 6th General Conference of the European Consortium for Political Research, Reykjavik, Iceland (August 25-27).

Bimber, B. (2003) *Information and American Democracy*: *Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge: Cambridge University Press.

Coleman, S. and Blumler, J.G. (2009) *The Internet and Democratic Citizenship*: *Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Coleman, S. and Blumler, J.G. (2011) "The Wisdom of Which Crowd? On the Pathology of a Listening Government." *Political Quarterly*, 82(3), 355-364.

Coleman, S. and Moss, G. (2008) "Governing at a Distance - Politicians in the Blogosphere." *Information Polity*, 13(1&2), 7-20.

Coleman, S., Morrison, D.E., and Yates, S. (2011) "The Mediation of Political Disconnection" in K. Brants and K. Voltmer, eds., *Political Communication in Postmodern Democracy*: *Challenging the Primacy of Politics*. Basingstoke: Palgrave.

Flanagin, A., Stohl, C., and Bimber, B. (2006) "Modelling the Structure of Collective Action." *Communication Monographs*, 73(1), 29-54.

Nichols, B. (1991) *Representing Reality*: *Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

الفصل الخامس

الإنترنت كمنصة للعصيان المدني

تشيريان جورج Cherian George

تتمثل إحدى الإمكانيات الرئيسية لوسائل الإعلام الرقمية في قدرتها المتجاوزة للمساحة، والتي تتيح إرسال الرسائل من مواقع بعيدة بل وحتى مبهمة أو غير محددة. من ثم، فليس من المفاجئ أن كثيراً من الأبحاث التي تجرى عن وسائل الإعلام الجديدة والتنافس السياسي قد ركزت على كيفية استخدام الأفراد والمجموعات المعارضة هذه التقنيات في التهرب من الاعتقال. هناك بالتأكيد عدد كاف من دراسات الحالة لدعم هذا الخط من التحقيق، تتراوح ما بين حركات انفصالية مثل حركة زاباتيستا بالمكسيك وحركة نمور التاميل بسريلانكا إلى النشطاء المؤيدين للديمقراطية في ميانمار والمنظمات الإرهابية الدولية (انظر مثلاً كنودسون Knudson 1998؛ وأوباياسيري Ubayasiri 2004؛ وأوان Awan 2007؛ وشيركي Shirky 2011). وتتوافق هذه الممارسات مع ما يمكن أن نطلق عليه إطار "حرب عصابات"، لتجذب انتباهنا إلى استخدام وسائل الإعلام الرقمية كوسيلة عصيان أو تمرد قائم على الكر والفر. بالقطع، يقصي كل إطار مختار مثلما يضمن. في هذه الحالة، يتمثل ما يتم إغفاله في طرق أخرى مختلفة تماماً لاستخدام وسائل الإعلام

الجديدة في تحدي سلطة الدولة. يستكشف هذا المقال استراتيجية جديدة لا يمكن أن تكون أكثر اختلافًا عن القاعدة أو المعيار الثابت. فبدلاً من استخدام الإنترنت كمكان للاختباء، يمكن أن يتعامل معها المتمردون كمنصة أو خشبة مسرح يؤدون عليها أعمال الثورة السلمية، مع البقاء في إطار النطاق المادي للسلطات. ويعد مثل ذلك السلوك اللاعقلاني فيما يبدو تطبيقًا نموذجيًا لإستراتيجية العصيان المدني الراسخة، التي صممت من خلالها أشكال التحريض السلمية من أجل إبراز الجوهر القمعي للدولة وكشفه وكبحه.

تتضح هذه الديناميكيات عبر دراسة حالة لسنغافورة. لقد كانت هذه الدولة الصغيرة الواقعة جنوب شرق آسيا طرفًا متبنيًا متحمسًا لتقنيات المعلومات والاتصال الجديدة. وقد أبقت حكومة حزب العمل الشعبي People's Action Party(PAP) على سيطرتها المشددة على الصحف ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ولكنها قد امتنعت عن حظر المحتوى السياسي على الإنترنت أو تصفيته. منذ وصول الشبكة العنكبوتية العالمية في منتصف التسعينات من القرن العشرين، قد استخدم النقاد والمعارضون الإنترنت في نشر رسائلهم للجمهور (جورج George 2006). إن غياب الرقابة المسبقة لا يحرر الإعلام على الإنترنت من العقوبة ما بعد النشر. لقد وظفت قوانين التشهير وإهانة المحكمة أو القضاء، على سبيل المثال لا الحصر، ضد المعارضة على الإنترنت. ومثلما يُتوقَّع، كانت ثمة حالات لمواقع ويب مناهضة لحزب العمل الشعبي يختار فيها ناشرون ومحررون إخفاء الهوية ويفترض على نطاق واسع أنها كائنة خارج البلاد. وتؤثر العديد من الملصقات النقدية على منتديات الإنترنت البقاء مجهولة الهوية. ومع ذلك، فإن كثيرًا من المدونات الاجتماعية السياسية تعمل بشكل معلن ومن داخل السلطة القضائية لسنغافورة. ويمارس كتابها بعض الرقابة الذاتية من أجل تجنب معارضة القوانين الصارمة المفروضة من قبل الدولة على التعبير السياسي، غير أنهم يحسبون أن هذه التكلفة تفوقها المصداقية والأثر الذي تحدثه كنتيجة لشفافيتها. وفيما يتعايش غالبية النقاد لذلك مع البيئة التنظيمية القاسية إما بإخفاء أنفسهم في الإنترنت أو تجنب المخاطر الواضحة بحذر، فإن ثمة البعض ممن يسارعون بالخرق أو الانتهاك بأهداف مطبوعة على ظهورهم.

حدثت واحدة من تلك الحالات في عام 2008، عندما كتب محام ومرشح معارض سابق، جوبالان ناير Gopalan Nair، في مدونته أن قائدي سنغافورة لي كـوان يـو Lee Kuan Yew ولي هاسين لونج Lee Hsien Loong "لم يكنا أكثر من طاغيين تافهين عديمي القيمة يظـلا في السلطة بإساءة استغلال المحاكم في القضاء عـلى خـصومك الـسياسيين" (نـاير Nair 2008a). وأضاف:

> ليس ثمة شك من المنظور السنغافوري أنني قـد شـهرت بــ]لي كـوان يـو Lee Kuan Yew [وابن رئيس وزرائه، ليس فقط في آخر منشور على مدونتي ولكـن في غالبية منشورات مدونتي منذ نشوء المدونة في ديسمبر 2006.

كان ناير في ذلك الوقت مواطنًا أمريكيًا يعيش في منطقة خليج سان فرانسيـسكو. ومـع ذلك، فمن الملحوظ أنه كان الآن يدون من داخل حدود سنغافورة. وأصدر هذا الاعتراض.

> "السيد لي كوان يو، انظر هنا. أنا الآن ضمن سـلطتك القـضائية وسـلطة شرطتـك الفاسدة وقضائك الفاسد الذين سيقومون بأي عمـل تريـده مـنهم، مهـما كـان إجراميًا وغير قانوني. ماذا ستفعل حيال هذا؟

حملت مدونته اسمه الحقيقـي وصـورته الفوتوغرافيـة. في واقـع الأمـر، ذهـب إلى حـد تقديم عنوانه ورقم غرفة فندقه ورقم هاتفـه المحمـول المحـلي (نـاير Nair 2008b). وأخـيرًا اعتقل ناير وقضى شهرين في السجن بتهمة إهانة قاضٍ. وانتقـد اعتقالـه مـن جانـب منظمـة العفو الدولية و"مراسلين بـلا حـدود"، وجـذب انتبـاه وزارة الخارجيـة الأمريكيـة. وبـدلًا مـن استغلال قدرة الإنترنت على إتاحة إخفاء الهوية والإقليمية الإضافية، وظـف نـاير الوسـيط في تضخيم وجوده المادي وأيضًا، بشكل ناجح، في الدعوة إلى القمـع. ويتطلـب فـك شـفرة هـذا الاستخدام غير العقلاني ظاهريًا لوسائل الإعلام الجديدة نظرة عن كثب على نظريات الـسلطة والرقابة، فضلًا عن سياق سنغافورة على وجه التحديد.

الهيمنة والرقابة

في دراسات المعارضة على الإنترنت، ينشأ إطار حرب العصابات ضمنيًا من نظرية سياسات تربط السلطة بالعنف. ومن هذا المنظور، تعزز الدول سلطتها بتطبيق العنف على معارضيها، والذين يتمثل تحديهم، بالتبعية، إما في تفادي ذلك العنف أو في مواجهة القوة بالقوة. وبوصفها جذابة بديهيًا مثلما قد تكون، تغفل هذه الرؤية استبصارات مهمة تزودها نظرية وممارسة سياسية تعود إلى قرن من الزمن على الأقل. وتستلزم السطوة المهيمنة بدلًا من ذلك الاستعاضة عن الإكراه الواضح بالموافقة الظاهرة، حتى مع استمرار تأمين سلطة الدولة من قبل قدرتها على العنف (أندرسون Anderson 1976). ولقد أشارت حنة آرنت Hannah Arendt إلى أنه، فيما قد ينشأ العنف من قوة مركزية، فإنه أيضًا يهدم السلطة. "الرجال الأفراد من دون آخرين لدعمهم لا يملكون مطلقًا السلطة الكافية لاستخدام العنف بنجاح"، هذا ما كتبته (1970: 50-51). يُفقَد الدعم حينما يساء تطبيق العنف: "إن عمل العنف كبديل للسلطة يمكن أن يجلب النصر، غير أن الثمن باهظ جدًا؛ حيث إنه لا يُدفَع فقط من جانب المهزومين، بل أيضًا المنتصر من حيث سلطته الخاصة" (1970: 54). وبناءً على ذلك، يطرح كل فعل رقابة - في النهاية فعل عنف ضد الأفكار - مخاطر بالنسبة للدولة. "محاولات قمع 'الأفكار الخطيرة' أحيانًا ما يكون لها التأثير المضاد: بمعنى أنها تعمل كعوامل محفزة لتوسيع مدى تلك الأفكار وصداها ودرجة انفتاحها"، كما كتب سو كاري جانسن Sue Curry Jansen وبريان مارتين Brian Martin(5 :2003).

لقد طُبق فهم للعلاقة العكسية بين العنف والسلطة بشكل فعال من قبل مؤيدين للمقاومة السلمية، خصوصًا في الحالات الشهيرة لصراع الاستقلال الهندي تحت قيادة المهاتما غاندي والحركة المناهضة للفصل العنصري في جنوب أفريقيا. ويمكن أن تستغل الصراعات ضد الخصوم الأقوى ما قد أسماه جين شارب Gene Sharp "جوجيتسو سياسي"(Political Jiu-jitsu):

> "بوسع المقاومين السلميين توظيف تباين الوسائل السلمية في مقابل أعمال العنف بهدف تطبيق عملية سياسية على خصومهم مناظرة لفن الجوجيتسو

القتالي الياباني. ويخل التباين في أنواع الفعل بتوازن الخصوم سياسيًا، مما يسفر عن ارتداد قمعهم ضد موقفهم وإضعاف قوتهم. (2003: 10-11)."

ولا ترتبط مثل تلك الأساليب السلمية بجميع المواقف أو تكون فعالة فيها. فهي تتطلب مجموعة من العوامل. أولًا، يتعين على الناشط التعامل مع نظام مهيمن - أي نظام تعتمد سيطرته بدرجة كبيرة على إجماع أيديولوجي يرتكز جزئيًا على إخفاء الإكراه. ولن يكون للجوجيتسو السياسي أي تأثير في المجتمعات التي يكون فيها الترويع من جانب الدولة الوسيلة الروتينية للحفاظ على النظام: ستكون بربرية النشطاء نوعًا من الأعمال التجارية كالمعتاد. ثانيًا، ينبغي أن تنجح أفعال المقاومة أو العصيان المدني في استثارة الدولة، والتي يتحتم حينئذ أن تملك الوسائل والحافز لتوظيف قوتها. في المجتمعات التي تكون فيها قدرات الدولة متدنية للغاية، ربما يفتقر المسؤولون إلى السلطة اللازمة لاتخاذ إجراء حاسم ضد العصيان - على فرض أن آليات المراقبة الخاصة بالدولة تعمل جيدًا على النحو الكافي لتسجيل مثل تلك الأفعال. ثالثًا، يتعين أن يكون الأداء بأكمله معلنًا، إذ تتطلب المقاومة السلمية جمهورًا. عندما تواجه معارضة ضعيفة دولة قوية بشكل طاغٍ، يكون الإعلان هو الذي يمهد ساحة اللعب. تلبي سنغافورة - وهي دولة مهيمنة نظامها استبدادي ناعم حيث تتاح الإنترنت بلا قيود للإعلان - كل الشروط المذكورة آنفًا.

السياق السنغافوري

تمثل سنغافورة اقتصادًا صناعيًا متقدمًا بنظام سياسي هجين. ومع أنه تعقد بها انتخابات بانتظام، إلا أن حزب العمل الشعبي قد استأثر بحكمها بشكل متواصل منذ عام 1959. ليست الجمهورية مقامة كديمقراطية ليبرالية تملك حريات مدنية قوية وضوابط ضد إساءة استغلال سلطة الحكومة. وإنما تهيمن السلطة التنفيذية على السياسات. لقد وصفت سنغافورة من قبل لاري دياموند Larry Diamond (2002) بأنها أوتوقراطية انتخابية - دولة لديها "انتخابات من دون ديمقراطية". ويشير دياموند إلى أنه، من بين السبع أوتوقراطيات الانتخابية في الستينات والسبعينات من القرن العشرين، تعد سنغافورة دولة واحدة من بين دولتين فقط (الأخرى هي أقرب دول جوارها، ماليزيا) قد

تحملتا هـذا الوضـع. لقـد انتفـع حـزب العمـل الـشعبي مـن الـسلطة القانونيـة الـشرعية للانتخابات، والتي قد ظلت تنافسية بالقدر الكافي لتجتذب المشاركة المستمرة لجميع أحـزاب المعارضة البارزة. كذلك، يعتمد عـلى شرعيـة الأداء، الناشـئة مـن النتـائج الملموسـة - التطـور الاجتماعي- الاقتصادي السريع والعادل - لحكومة فاعلة.

إلا أن الإكراه يظل محوريًا في سيطرة حزب العمل الشعبي. فما زالت القوانين المناهضة للتمرد والعصيان الموروثة من الحقبـة الإمبرياليـة مـضمنة في القـوانين التـشريعية، وخـصوصًا "قانون الأمن الداخلي" (Internal Security Act)، الـذي يـسمح بالاعتقـال مـن دون إنـذار قضائي وبالاحتجاز لدى المحاكمة. وتلزم قوانين الصحافة بمنح تصريح للـصحف سـنويًا ويمكـن سحب تصاريح النشر في أي وقت حسبما ترى الحكومـة. ومـع ذلـك، فعـلى مـر العقـود، قـد جعلت الحكومة تلك القوانين المشددة أقل وضوحًا. لقد شاركت في المزيد من الإكـراه المعـاير بهدف تفادي رد الفعل الغاضـب المـرتبط بالاسـتخدام الاسـتعراضي للقـوة (جـورج George 2007a). على سبيل المثال، لم يتم استخدام قانون الأمن الداخلي ضد الخصوم السياسيين منـذ منتصف الثمانينات من القرن العشرين. وقد تم حفظه بشكل كبير من أجل عمليات مكافحة الإرهاب ومكافحة الجاسوسية. وكانت آخر مرة حُظِرت فيها صحيفة هي عام 1971. وقد تـم دفع الضوابط وراء الكواليس. وفرضت عقوبات اقتصادية بدلًا مـن تلـك التـي تنتهـك حرمـة الفـرد. عـلى سـبيل المثـال، مكَّـن قـانون الـصحف والمطبوعـات Newspaper and Printing Presses Act الصادر عام 1974 الحكومة من تعيين حاملي أسهم إدارة في شركات صحف مـن دون الحاجة إلى الاستحواذ على الملكية. وعبر مجالس الإدارات، تـستطيع الحكومـة ضـمان أن محرري الصحف موثوق بهم على المستوى السياسي. وتتمثل النتيجـة في نظـام خفـي للرقابـة الذاتية يحل محل الحظر والاعتقال.

فضلاً عن ذلك، فقد ظهرت استراتيجية الإكراه المعـاير عـلى الـسطح أيـضًا في سياسـة الإنترنت. ظهرت لـوائح محتـوى الإنترنـت لأول مـرة في عـام 1996، لتلـزم مـزودي خدمـة الإنترنت (ISPs) بتمرير كـل حركـة الإنترنـت عـبر الخـوادم الوكيلـة، مـما يـسمح بتـصفية

المحتوى. ويتعين على مزودي خدمة الإنترنت الموافقة على أي توجيه من جانب المنظم لحظر المحتوى (جورج Georg 2006).

ومع ذلك، فعمليًا لم تـشارك الحكومـة مطلقًـا في المعـضلة العقيمـة الممثلـة في محاولـة مراقبة كل المواد البغيضة أو المستهجنة. بل وعد المنظمون بأسلوب "اللمسة الخفيفة". آثـروا حظر قائمة "رمزية" فقط من مئات المواقـع، مـن أجـل تعيـين القـيم المجتمعيـة لـسنغافورة. وتشمل المواقع المحظورة تلك التي تحتوي على مواد إباحية أو تنطوي عـلى تعـصب عنـصري أو ديني، وليس محتوى سياسي. لم يكن أسـلوب اللمـسة الخفيفـة نتاجًـا لأي التـزام معيـاري بالتحرر السياسي، وإنما قبولًا براجماتيًا لحقيقة أن الاتصال بشبكة الإنترنـت سـيكون مـساهمًا رئيسيًا في التنافسية الاقتصادية. ومن ثم، أصبحت الإنترنت الوسيط الأول للتواصل الجماهيري الذي لم يكن خاضعًا للترخيص الاختياري أو التقديري.

الإعلام البديل على الإنترنت

بعد أن باتت الإنترنت متاحة للجمهور في سنغافورة، ظهرت بسرعة كمنصة رئيـسية للإعلام البديل النقيض للمهيمن. عارضت العديد من مواقع الويب صراحةً مزاعم وسائل الإعلام الممثلة للاتجاه السائد بأنها تعكس الرأي العام السنغافوري وتنقـل أخبـارًا بـشكل مستقل بشأن الشؤون العامة. ومن ثم، شككت في صحة الإجماع الذي زعمـه (ويزعمـه) حزب العمل الشعبي من أجل إضفاء الطابع الشرعي على أفعاله. وفيما وفـرت الإنترنـت التحرر من الرقابة السابقة، لم يكن ثمة عفو من عقوبة ما بعد النـشر. عـلاوة عـلى ذلـك، فإنه نظرًا لأن غالبية الحراك على الإنترنت مجرد رابط واحد في سلسلة تضم نشاط خارج نطاق الاتصال بالإنترنت، فبمقدور السلطات دائمًا التشدد أو فرض القوانين بحزم بتقييـد حرية التجمع وجمع الأموال وغيرهـا. مـن ثـم، أثمـرت الحريـة عـلى الإنترنـت عـلى نحـو ينطوي على مفارقة عـن زيـادة في عـدد الـدعاوى القـضائية ونطاقهـا للجـرائم المرتبطـة بالتعبير. في الماضي، يمكن أن يعتمد أمناء المعلومات المعتمدين لإعلام النظام على ممارسة الرقابة الذاتية وراء الكواليس. والآن، في عصر الإنترنت، تجد الحكومة نفسها مـستثارة إلى

استخدام أسلحة تشريعية اعتُقِد أنها وافرة، لمعاقبة المتمردين. فمثلاً، في عام 2002، تم تهديد اثنين من النشطاء بشكل منفصل بالملاحقة القضائية بتهمة التشهير الجنائي، الذي يحمل عقوبة السجن بحد أقصى عامين مع دفع غرامة. وفيما قد رفع قادة سنغافورة دعاوى قضائية بانتظام ضد خصوم في محاكم مدنية بسبب هجمات على سمعاتهم منشورة في منشورات دورية مطبوعة وموجهة من خلال خطب سياسية، فإن التعامل مع التشهير كعمل إجرامي كان أمرًا غير معتاد وقاسيًا. لم تتم متابعة أي قضية إلى حد بعيد من قبل السلطات. سُمِح لأحد النشطاء بمغادرة البلاد، فيما مُنِح الآخر إرجاء لتنفيذ الحكم بناءً على كونه مصابًا بمرض عقلي.

في هذه الحالات والعديد من الحالات الأخرى، أبدت الحكومة ممانعة لفرض عقوبة على المعارضة على الإنترنت للنطاق الكامل للقانون. وتم ببساطة تجاهل معظم أشكال النقد والسخرية الموجهة إليها على الإنترنت. وشملت هجمات مستمرة من جانب أفراد في سنغافورة لم يحاولوا إخفاء هوياتهم، مثل ناشري MrBrown.com وTalkingCock.com وTheOnlineCitizen.org وYawningBread.org. ولا يتمثل تحدي الإنترنت بالنسبة لسلطات سنغافورة في أنها تجعل الخصوم بعيدي المنال. بل في أنها تسمح بصور تدخل واضحة بدرجة كبيرة في المجال العام بحيث إنه، إذا كانت الحكومة ستحظرهم أو تعاقبهم، فإنها ستكشف عن زيف بنية الحكم القائم على إجماع الآراء. هذا وتعد وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة المرخصة أسهل في تنظيمها بلمسة خفيفة. على سبيل المثال، تعد المؤسسات الإخبارية الممثلة للاتجاه السائد سريعة التأثر بالضغوط التجارية التي توائم مصالحها مع حكومة مؤيدة للأعمال التجارية والاستقرار. على العكس، تكون أنشطة التمرد على الإنترنت تطوعية، وليست مشروعات هادفة للربح محصنة ضد الضغوط المالية. ينظر المدونون المستقلون لأنفسهم بالفعل على أنهم مهمشون ومستبعدون من رعايا حزب العمل الشعبي. ويواجهون قليلاً من العقبات ضد اجتياز الحدود السياسية.

يتجنب غالبية المدونين المواجهة المباشرة والمتعمدة مع الحكومة إن كان بمقدورهم ذلك. إلا أن قليلين هم من فهموا قيمة الإنترنت في كشف إكراه الحكومة الذي أحدثوه.

وكان أول من استخدم الإنترنت كوسيلة لـ "الجوجيتسو السياسي" منظمة غير حكومية سياسية، هي Think Centre. وأدرك مؤسسها، جيمس جوميز James Gomez أنه يمكن استغلال عرقلة الحكومة ومضايقتها المستمرة لأجل ميزة معارضة الهيمنة. حينما نظمت المجموعة أحداثًا عامة، تم تأريخ العملية المعقدة الممثلة في التقدم للحصول على تصاريح على موقع الويب خاصتها. ونقلت أخبار أي تحقيقات من جانب الشرطة في أنشطة Think Centre تفصيليًا على الإنترنت، عادة بأسلوب غير متسم بالاحترام. على سبيل المثال، بعد استدعائهم لمقابلة بقسم شرطة، التقط النشطاء صورة فوتوغرافية جماعية للاحتفال بالمناسبة. (Think Centre 2000). كذلك، قدم Think Centre دعاية مستحدثة لرقابة الشرطة. وطبق جوميز Gomez طريقة لـ "مراقبة المراقبين" بدلاً من المعاناة في صمت على غرار غالبية الضحايا، الذين كانوا "عاجزين عن الاعتراف بأنهم أحيانًا ما يشعرون بأنهم مروعون ومنتهكون" (جوميز Gomez 2002: 77). وكان أول "هجوم مضاد للرقابة على الإنترنت" في منتصف عام 1999، حينما نشر على الويب ملاحظاته عن عملاء محتملين للحكومة خارج موقع اجتماع نظمه اثنان من ساسة المعارضة. قال جوميز (Gomez 2002: 76): "لقد جعلت الإنترنت المراقبة تفاعلية".

استمر مخرج الأفلام السياسية والمدون السياسي مارتين سي Martyn See في هذا المسلك. حظر قانون الأفلام أي فيلم "موجه لأي هدف سياسي في سنغافورة". غير أن التقنيات الجديدة منخفضة التكلفة سمحت لنشطاء الإعلام على غرار سي See بإنتاج وتوزيع أفلام بمخاطرة تجارية محدودة. وفي عامي 2005 و2006، تم حظر فيلمين من أفلامه الوثائقية عن المنشقين السنغافوريين. ظهر الفيلمان على الشبكة العنكبوتية العالمية وظلا متاحين بحرية - حيث استمرت الحكومة في الامتناع عن حظر أي محتوى سياسي. علاوة على ذلك، استخدم See مدونته في الدعاية لتعاملاته مع الشرطة والمنظمين. قال: "في ظل هذا المناخ من الخوف والرقابة الذاتية، كانت الأداة الوحيدة المتاحة لي عن طريق الدعاية لقصتي هي الإنترنت. من ثم، نشرت تحديثات تحقيق الشرطة على مدونتي، وعلى الفور، التقطتها وكالات الأنباء السلكية الكائنة في سنغافورة" (سي See 2007). من ثم، جذبت الحالة اهتمام منظمات حقوق الإنسان الدولية. وتم إصدار تصريحات من جانب

منظمة العفو الدولية، ومراسلين بلا حدود، ولجنة حماية الصحفيين، ورابطة صحافة جنوب شرقي آسيا. وفي إطار تقييم الأثر الخالص للحظر على فيلم See، "ثائر سنغافورة" (Singapore Rebel)، أشار أحد الباحثين قائلاً:

"لقد أتت الرقابة بنتائج عكسية على نحو خطير، بتحويلها فيلمًا متوسط الجودة إلى أيقونة للحرية، ومخرج غير معروف نسبيًا إلى ضحية، وإدراك أوجه التباين في تطبيق القانون إلى علامة على الرياء السياسي (تان Tan 2008: 268).

أقر See نفسه أن السلطات قد أسدت له معروفًا:

"في حالة ما إذا حذف المراقبون الفيلم، سيكون قد عرض لجمهور لا يزيد عن 80 شخصًا، ولن يكون جميعهم مهتمين أو أقل تأثرًا بمحتواه. سيكون قد توفي وفاة طبيعية بعدها بفترة قصيرة (سي See 2006).

من تلك التجارب ظهرت حملة عصيان مدني كاملة مدعومة بالإنترنت. وسعى النشطاء إلى طرق سلمية منشودة لكسر القوانين التي اعتبروها غير عادلة، مستقين القوة القهرية للحكومة من وراء ستار الإجماع. كانت الإنترنت إما هي المساحة التي تجرى داخلها الإجراءات غير القانونية - كما في حالة التصريحات التشهيرية والفاضحة المذكورة آنفًا - أو الوسيط الذي كانت تروج عبره الأفعال خارج نطاق الاتصال بشبكة الإنترنت. وكان الممثل الرئيسي لهذه الطريقة هو تشي سون جوان Chee Soon Juan، السكرتير العام للحزب الديمقراطي السنغافوري Singapore Democratic Party(SDP). في عام 2007، على سبيل المثال، نظم نشطاء الحزب تظاهرة لدعم الديمقراطية في ميانمار. وعقب قمع المجلس العسكري للمتظاهرين، أعربت الحكومة السنغافورية عن قلقها الشديد، غير أنها توقفت فجأة عن مراجعة سياسة التفاعل مع النظام خاصتها. وكان الحزب الديمقراطي السنغافوري حريصًا على توظيف أزمة ميانمار في إبراز عدم احترام سنغافورة للحريات المدنية بالخارج وداخل أرض الوطن. واستخدم الحزب موقع الويب خاصته في الإعلان عن أن مسئولي الحزب سيكونون خارج سفارة ميانمار حاملين التماسات كي

يوقعها أفراد من العامة. وسيعقب ذلك مراقبة على ضوء الشموع (الحزب الديمقراطي السنغافوري. وتم نشر هذه الأحداث لاحقًا بالتفصيل على موقع الويب.

وتماشيًا مع استراتيجية التظاهر السلمي، سلطت هذه التقارير الضوء على إجراء الشرطة على الأقل بقدر ما يتم دعم القضايا الجوهرية ظاهريًا. عرض الموقع صورًا فوتوغرافية لرجال شرطة بزي مدني يلتقطون فيديوغراف للمتظاهرين ويقتربون منهم. وأشار التقرير المصاحب إلى أن الضباط حذروا النشطاء من أنه سيتم التحقيق معهم باعتبارهم تجمعًا غير قانوني (الحزب الديمقراطي السنغافوري b2007). وقارن تقرير آخر "الغضب المبجل" للمتظاهرين من "معاندة حكومة" منعت التجمعات السلمية (الحزب الديمقراطي السنغافوري c2007). وبعد بضعة أيام، نظم الحزب مسيرة احتجاجية بالرغم من رفض طلبه بالحصول على تصريح من جانب الشرطة (الحزب الديمقراطي السنغافوري d2007). وتم الإعلان عن مخططهم على الموقع الخاص بالحزب. وعزموا على تقديم التماس إلى سفير ميانمار في الساعة الحادية عشرة صباحًا ثم التوجه إلى بوابات مكتب رئيس الوزراء لتسليم خطاب. حينها، سيقومون بالتظاهر على مدار الأربع والعشرين ساعة ضد "الارتباط المشين" للحكومة السنغافورية بنظام ميانمار. وكما هو متوقع، تم قطع خطتهم من قبل الشرطة. واقتيد تشي سون جوان وثلاث نشطاء واحدًا تلو الآخر إلى سيارة شرطة. وكان الشهود الوحيدون هم أعضاء بوسائل الإعلام. وقُدِّمت تقارير إخبارية موجزة من جانب أسوشيتد برس Associateed Press والوكالة الصحفية الألمانية (German Press Agency/DPA)، وأعيد إنتاجها على موقع الويب الخاص بالحزب (الحزب الديمقراطي السنغافوري e2007). وتعد تلك الأنشطة من جانب الحزب أمثلة على ما أسماه دانييل بورستين (Daniel Boorstin 1961) "أحداث زائفة" - طفيفة في حد ذاتها، وتأثيرها معتمد بدرجة كبيرة على تضخيمها من جانب الإعلام. ويأمل النشطاء أن يقوض الإجراء الفعال من جانب الدولة هيمنة الدولة. ولن تجدي الاستراتيجية نفعًا إذا ما كان بوسع كل من إجرائهم السلمي ورد فعل الشرطة الوصول إلى جمهور واسع النطاق، توفر الإنترنت لأجله وسيلة دعاية متاحة.

وعلى الرغم من وجود نـشطاء ملتـزمين وتـوفر وسـائل إعـلام جديـدة، لم يكـن لحملـة العصيان المدني الخاصة بالحزب الديمقراطي الـسنغافوري سـوى تـأثير محـدود. ويرجـع هـذا جزئيًا إلى أن أسبابه فـشلت في الاسـتحواذ عـلى التخيـل الـشائع. ربمـا لا يكـون الـسخط عـن الحكومة السنغافورية عميقًا بالدرجة الكافية بالنـسبة للمتظـاهرين لكـسب حـافز. ويتمثـل سبب مهم آخر في رد الفعل الصامت بشكل ملحوظ من جانب السلطات. إن العصيان المدني يكون أكثر فعالية حينما يكون رد فعل الدولة عنيفًا على نحو غير متناسب. على سبيل المثـال، قد أثمرت طرق مماثلة مستخدمة في دولة ماليزيا المجاورة عن صـور مثـيرة للمـشاعر لرجـال شرطة يضربون متظاهرين سلميين. وعندما نشر مدونون تلك الـصور الفوتوغرافيـة ومقـاطع الفيديو، نجحوا في تأجيج الغضب الشعبي، مما ساهم في اندلاع تظـاهرات أضـخم وانقلابـات انتخابية للحكومة (جورج George 2007b). يحول التباين في استخدام القوة - بـين مـواطنين يلوحون بورود وأعلام، ورجال مسلحين يردون بالعصي والرصاصات - احتكـار الدولـة للعنـف إلى مسؤولية سياسية.

ومع ذلك، ففي سنغافورة، قد كلفت السلطات التـي تتعامـل مـع التظـاهرات عـلى الأرض نفسها عناء الوقوع في الخطأ على جانب الردع. فقد تم التعامل مع التظاهرات من جانب الحزب الديمقراطي السنغافوري بواسطة فرق صغيرة من رجال الشرطة، عادة ما تضم ضابطات صغيرات، بعضهن في زي مـدني، ولم يكـن أحـد يلـوح بأسـلحة. ولم يرفـع الـضباط أصـواتهم أو يـستخدموا مكبرات الصوت. على سبيل المثال، في التظاهرة خارج سفارة ميانمار، لم يظهـر فيـديو YouTube (الحزب الديمقراطي السنغافوري f2007) شيئًا أكثر قابلية للانفجار من ضابط شرطة يسير وسـط المتظاهرين يخبرهم بأنهم يرتكبون جريمة وأن الـشرطة سـتحقق في القـضية. لقـد سُـمِع يقـول: "ننصحكم جميعًا بالمغادرة". يصرخ ناشط قائلاً: "لا تدع الشرطة تخيفك؛ هذه ليست بورمـا، مـع أن هذه هي الشرطة السنغافورية تحاول التصرف كما لـو كانـت تنتمـي إلى المجلـس العـسكري البورمي". ومع ذلك، ليس ثمة إشارة للوحشية على طـراز ميانمـار. إن الـشرطة لم تفـرق الجمـوع باستخدام القوة، ووصف تقرير الحزب الـديمقراطي الـسنغافوري رد فعـل الـضباط بـأن "نـصفه حيـوي ونـصفه محـير" (الحـزب الـديمقراطي الـسنغافوري c2007). كـان لأحـداث العـصيان

المدني الأخرى من جانب الحزب الديمقراطي السنغافوري ديناميكيات مماثلة، مع محاولة النشطاء والشرطة التفوق على بعضهما البعض في استعراضهما لقدرة الصمود وقوة العزيمة والسلوك المتحضر. وحتى عندما تجول النشطاء بكاميراتهم باستفزاز على بعد ذراع من وجوه جهات تنفيذ القانون، لم يشن الضباط هجومًا مضادًا بشكل غريزي. تكشف المشاهد المصورة عن ضبط نفس ممنهج من جانب قوات الأمن، في مقارنة صارخة بمقاطع فيديو لا حصر لها لمواجهات مماثلة من حول العالم.

لم تغمض الشرطة عينيها عن مثل ذلك النشاط، غير أنها تختار التعامل مع الجناة لاحقًا، من خلال المحاكم. نتيجة لذلك، تم فرض غرامات على النشطاء أو حبسهم بسبب تظاهراتهم السلمية. غير أنه، بتحويل الفعل بعيدًا عن الطريق المختار من قبل المتظاهرين ونحو بيئة قسم الشرطة وقاعة المحكمة المحكومة، تحرم السلطات النشطاء من الصور الفوتوغرافية الكلاسيكية للصراعات المادية أحادية الجانب. قد لا تكون مطرقة القاضي أقل قوة من عصا رجل الشرطة، غير أن التقارير عن محكمة تسجن متظاهرًا لمدة أسبوع أو شهر ليست فعالة كصور رجال بملابس رسمية يستخدمون القوة الغاشمة من أجل قمع تظاهرة. وعلى الرغم من رد الفعل المعاير من جانب السلطات تجاه العصيان المدني، إلا أن الحكومة اتخذت خطوات لتقييد أثر تلك التظاهرات بصورة أكبر. في عام 2009، تم تعديل قانون الأفلام لجعله غير قانوني بالنسبة للأحداث السينمائية التي تعد في حد ذاتها غير قانونية، مثل التظاهرات غير المصرح بها. بإمكان الشرطة الآن أن توقف أو تلقي القبض على النشطاء المستخدمين لكاميرات الفيديو بمهارة والذين يحاولون تسجيل جهود العصيان المدني لجمهور أوسع نطاقًا. تم فقط استبعاد وسائل الإعلام الإخبارية المرئية والمسموعة - مثل CNN وجهة البث الوطنية، Mediacorp - من هذا الحظر. ولم تظهر غالبية المؤسسات الإخبارية الأجنبية اهتمامًا كبيرًا بحملات الحزب الديمقراطي السنغافوري نظرًا لأنها بالغة الصغر وتافهة جدًا بالنسبة لأحداث أخرى في المنطقة. ولم تكن المؤسسات الإخبارية المحلية متعاطفة مع أفعال التظاهر أيضًا. من ثم، تخاطر الحكومة قليلاً من خلال السماح بتغطية واقعية مبنية على حقائق من جانب مؤسسات إخبارية مرخصة لأحداث غير قانونية. لم يكن واضحًا بعد وقت تأليف هذا الكتاب كيف

سيستجيب النشطاء للقيود. من المحتمل أن يقودهم منطق العصيان المدني إلى انتهاك الحظر على تصوير الأفلام بالمثل. إن من شأن تقنيات الإنترنت المحمولة إتاحة البث "المباشر" لمقاطع فيديو تصور إجراءات الشرطة ضد التصوير السينمائي لمقاطع الفيديو تلك، على الأقل حتى اللحظة التي توقف فيها المصورون ماديًا.

من ثم، ففي سنغافورة، يتم توظيف الإنترنت من جانب النشطاء في تفادي منافذ وسائل الإعلام الممثلة للاتجاه السائد عند المشاركة في أعمال مواجهة عامة. إن شعبية الإنترنت، وليس إخفاء الهوية والمسافة، هو ما يجعلها وسيطًا ملائمًا بالنسبة للنشطاء الذين تتطلب استراتيجيتهم أن يظلوا عرضة للإيذاء.

إن الإكراه لا يمثل فشل الوسيط وإنما رد الفعل المقصود في استراتيجية لمواجهة الهيمنة. يمكننا توقع تسخير استراتيجيات مماثلة ضد الأنظمة الاستبدادية الأخرى التي تسعى إلى إخفاء جوهرها الإكراهي خلف ستار من الإجماع. كانت ثمة إشارات لهذا في ماليزيا، التي تعد قوانينها بشأن التجمع العام والخطاب مماثلة لقوانين سنغافورة (جورج George 2007b). هناك، يتم توثيق التظاهرات بشكل روتيني من جانب مدونين يتواجدون لتسجيل لقطات فيديو للقمع المتوقع من جانب الشرطة. وفيما يعمل بعض من المواطنين الصحفيين في سرية، فإن آخرين يتباهون بازدرائهم للقيود غير الديمقراطية. لقد مضت المعارضة والمجتمع المدني في تحدٍ قوي للائتلاف الحاكم المهيمن، وقد ساعدت المواجهة المفتوحة عبر الإنترنت في تعزيز الحركة الديمقراطية. لقد كان قليل من المدونين الأفراد البارزين قادرًا على استغلال سوء سمعتهم، بل وحتى تم انتخاب، جيف أوي Jeff Ooi، للبرلمان الفيدرالي في عام 2008.

من المرجح بصورة أكبر أن يُلاحَظ رفض إخفاء الهوية والمسافة كسلاحين للمعارضة خارج نطاق الاتصال بالإنترنت في الأنظمة الاستبدادية "الناعمة" مثل ماليزيا وسنغافورة، حيث نادرًا ما يكون رد فعل السلطات، مع كونه غير قابل للاحتمال، مفرطًا. لا تملك هذه الدول سجلًا بجرائم القتل أو الاختفاءات المدفوعة سياسيًا. بينما كانت هناك ادعاءات بسوء المعاملة أثناء الاحتجاز وباعترافات مستقاة تحت التهديد، فإن هذه ليست سلطات

قضائية معروفة لتعذيب المنشقين السياسيين (وزارة الخارجية الأمريكية 2011). ولا تقترب قواعد أو قوانين الحكم لانتهاكات القيود على حرية التعبير من صور الإفراط التي نشاهدها في الصين أو إيران، حيث تم حبس المدونين لسنوات. من ثم، يتحمل النشطاء على الإنترنت في ماليزيا وسنغافورة الذين يتحدون الدولة على الملأ بشكل عام مخاطرة محسوبة ممثلة في أن الأمر الأسوأ الذي يمكن أن يلم بهم متمثل في قضاء بضعة أيام أو أسابيع في السجن، وربما دفع غرامة تقدر بآلاف الدولارات. وقد تختلف تلك الحسابات في المجتمعات التي يكون فيها قمع الدولة أقل تقييدًا، ولهذا يظل أسلوب حرب العصابات للمعارضة على الإنترنت وثيق الصلة عبر كثير من أنحاء العالم. ومع ذلك، فإن الدول المستبدة تتحول بشكل متزايد من القمع المشهدي نحو أنماط أقل عنفًا ووضوحًا من التحكم أقل ميلاً إلى إعطاء نتائج عكسية (ليجابو Ligabo 2004؛ وسيمون Simon 2008). ومع حدوث هذا، ربما تنتشر المعارضة على الإنترنت على الطراز السنغافوري.

على غرار حركة التظاهر الصغيرة في سنغافورة، تتطلب الثورات واسعة النطاق في تونس إعادة تفكير في نموذج حرب العصابات. فمن الممكن، من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية والأجهزة المحمولة، أن يستطيع منظمو التظاهرات الإسراع بتعبئة الجماهير إلى تلك الدرجة التي يتسنى للمتظاهرين من خلالها نبذ إخفاء الهوية، ليجدوا ملاذهم في الأعداد الضخمة. ويتمثل المدلول الأوسع نطاقًا لدراسات الإنترنت في أن ثمة علاقة ديناميكية جدلية بين سلطة الدولة والتمرد أو العصيان المدعوم بالإنترنت. ويأتي هذا مواكبًا للمؤلفات التي تتناول الحركات الاجتماعية، والتي تظهر أن ذوي السلطة أو الهيمنة والهامشيين يتشاركان في عملية مكررة من الفعل ورد الفعل، باحثين دومًا وبشكل إبداعي عن ميزة سياسية. تحتاج الدراسات الإعلامية الجديدة إلى أن تبقى حساسة لتلك الديناميكيات. وتدعو الجودة غير المحددة أو القابلة للتعديل لمنصات وسائل الإعلام الجديدة إلى ممارسات وعمليات ليست محكومة بالعرف.

المراجع

Anderson, P. (1976) "The Antinomies of Antonio Gramsci." *New Left Review* I(100), 5-80.

Arendt, H. (1970) *On Violence*. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich.

Awan, A.N. (2007) "Virtual Jihadist Media." *European Journal of Cultural Studies*, 10(3), 389-408.

Boorstin, D.J. (1961) *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage.

Diamond, L. (2002) "Thinking about Hybrid Regimes." *Journal of Democracy*, 13(2), 21-35.

George, C. (2006) *Contentious Journalism and the Internet: Toward Democratic Discourse in Malaysia and Singapore*. Singapore: National University of Singapore Press and Seattle: University of Washington Press.

George, C. (2007a) "Consolidating Authoritarian Rule: Calibrated Coercion in Singapore." *Pacific Review*, 20(2), 127-145.

George, C. (2007b) "Media in Malaysia: Zone of Contention." *Democratization*, 14(5), 893-910.

Gomez, J. (2002) *Internet Politics: Surveillance & Intimidation in Singapore*. Singapore: Think Centre.

Harb, Z. (2011) "Arab Revolutions and the Social Media Effect." *M/C Journal*, 14(2). http://journal.media-ulture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/364.

Hounshell, B. (2011) "A New Leader for Egypt's Protestors?" *Foreign Policy* (February 7). www.foreignpolicy.com/articles/2011/02/07/a_new_leader_for_egypt_s_protesters.

Jansen. S.C. and Martin, B. (2003) "Making Censorship Backfire." *Counterpoise*, 7, 5-15.

Knudson, J.W. (1998) "Rebellion in Chiapas: Insurrection by Internet and Public Relations." *Media, Culture & Society*, 20(3), 507-518.

Ligabo, A. (2004) *Civil and Political Rights, Including the Question of Freedom of Expression. The Right to Freedom of Opinion and Expression. Report of the Special Rapporteur, Ambeyi Ligabo*, no. E/CN.4/2005/64. United Nations Economic and Social Council. www.ohchr.org. *The Internet as a Platform for Civil Disobedience* 395

Nair, G. (2008a) "Singapore. Judge Belinda Ang's Kangaroo Court." *Singapore Dissident*. http://singaporedissident.blogspot.com/2008/05/singapore-judge-belinda-angs-kangaroo.html.

Nair, G. (2008b) "Lee Kuan Yew: If Bloggers Who Defame Me Identify Themselves, I Will Sue them!" *Singapore Dissident*. http://singaporedissident .blogspot.com /2008/05/lee-kuan-yew-if-bloggers-who-defame-me.html.

Preston, J. (2011) "Movement Began with Outrage and a Facebook Page that Gave it an Outlet." *New York Times* (February 5). www.nytimes.com /2011/02/06/ world/middleeast/06face.html.

See, M. (2006) "'Singapore Rebel' Saga Ends after Police Issues 'Stern Warning.'" *Singapore Rebel*. http://singaporerebel.blogspot.com/2006/08/singapore-rebel-saga-ends-after-police.html.

See, M. (2007) "Martyn See Speaks out on Police Probe, Foreign 'Interference' and Burma." *Singapore Rebel*. http://singaporerebel.blogspot.com/2007/09/police-probe-almost-farcical-martyn-see.html.

Sharp, G. (2003) *There Are Realistic Alternatives*. Boston, MA: Albert Einstein Institute.

Shirky, C. (2011) "The Political Power of Social Media." *Foreign Policy* (January/February), 28-41.

Simon, J. (2008) "Attacks on the Press in 2007: Introduction." *Committee to Protect Journalists* (February 5). www.cpj.org/attacks07/pages07/intro07.html.

Singapore Democratic Party (2007a) "Sign Letter of Protest Outside Burmese Embassy" (September 29). http://singaporedemocrat.org/articleburmaprotest2.html.

Singapore Democratic Party (2007b) "Singapore Police Warns Dr Chee at Burma Embassy" (September 30). http://singaporedemocrat.org/ articleburmaprotest5 .html.

Singapore Democratic Party (2007c) "Steady Stream of Petitioners Despite Harassment by Singapore Police" (October 1). http://singaporedemocrat.org /articleburmaprotest6.html.

Singapore Democratic Party (2007d) "Police Rejects SDP's Application for Protest March" (October 5). http://singaporedemocrat.org/articleburmaprotest11.html.

Singapore Democratic Party (2007e) "Opposition Party Leaders Arrested During Burma Protest" (October 8). http://singaporedemocrat. org /articleburmaprotest19 .html.

Singapore Democratic Party (2007f) "Petition-Signing at Burmese Embassy in Singapore" (September 30). *YouTube*. www.youtube.com/watch?v=P7Yg05RDcZ4.

Tan, K.P. (2008) *Cinema and Television in Singapore*: *Resistance in One Dimension*. Leiden: Brill.

Think Centre (2000) "Youths Let Off with 'Warning' for Organising Public Forum" (February 2). www.thinkcentre.org/article.cfm?ArticleID=5.

Ubayasiri, K. (2004) "A Virtual Eelam: Democracy, Internet and Sri Lanka's Tamil Struggle" in S. Gan, J. Gomez, and U. Johannen, eds., *Asian Cyberactivism*: *Freedom of Expression*

and Media Censorship. Bangkok: Friedrich Naumann Stiftung, pp. 474-512.

US Department of State (2011) "2010 Country Reports on Human Rights Practices." www.state.gov/j/drl/rls/hrrpt/2010.

قراءة إضافية

Downing, J.D.H. (2011) *Encyclopedia of Social Movement Media*. London: Sage.

Tarrow, S. (1998) *Power in Movement*: *Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

الفصل السادس

المحاكاة الساخرة والأدائية ولعب الأدوار

تجديد حيوية المواطنة عبر الهجاء السياسي

جيفيري بي جونز Jeffrey P. Jones

تتمثل الثقافة السياسية لدولة ما في شيء دائم التغير بلا ملامح، يتألف ويتشكل في أي فترة معينة بواسطة قوى وسلوكيات متعددة لم تكن ثابتة تمامًا على الإطلاق. غير أنه على مدى عقود في غالبية المجتمعات الغربية، لعب التلفزيون دورًا فعالاً بشكل ضخم في تأسيس والحفاظ على بعض أكثر الافتراضات المعيارية (والراسخة على ما يبدو) أهمية التي تؤلف الأبعاد التواصلية لثقافتها السياسية. وتشمل هذه الافتراضات جوانب مثل ما يشكل الصور الشرعية للتمثيل والمناقشة والعرض والمشاركة في الوسيط وعبره، ومن يمكنه أن يتحدث بشكل شرعي من خلاله، وكيف سيتم تنظيم ذلك الحديث، والطرق المتوقع أن يتفاعل معه المشاهدون من خلالها. بالطبع قد تم تحدي هذا الدور الذي لعبه البث التلفزيوني بدرجة هائلة على مدار العقود القليلة المنصرمة عبر التغيرات التي أحدثتها ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة. في البداية، من خلال المنافسة المتزايدة في نظام البث السلكي أو الكبلي والتجاري (فضلاً عن المنافسة بالنسبة لأشكال الاحتكار

التلفزيوني المدارة من جانب الدولة في أماكن أخرى) ثم عبر الثورة الرقمية التي اجتاحت أشكال ومنصات الإعلام (جنكينز Jenkins 2006؛ ولوتز Lotz 2007) وكانت عمليات الإخلال بالنظام والتحدي والتغيير تجري بإيقاع سريع. وفي إطار الثقافة السياسية، قد قاد هذا إلى أثر قابل للقياس على المفاهيم والافتراضات السائدة لما يشكل التواصل السياسي والمشاركة السياسية المتوسطين وأيضًا، على المستوى الأوسع نطاقًا، المواطنة نفسها.

ربما يكون من الملائم، حينئذٍ، أن تلك الصور من الإخلال بالنظام غالبًا ما قد كانت مصحوبة (في الحقيقة، في بعض الحالات، مدفوعة) بأفعال حديث وأساليب بلاغية تعد في حد ذاتها "مخلة بالنظام" عن عمد - وهي، الهجاء والمحاكاة الساخرة السياسية. ومثلما قد تم توثيقه جيدًا، لا سيما في الولايات المتحدة الأمريكية (جراي وآخرون Gray et al. 2009؛ وبايم Baym 2010؛ وجونز Jones 2010؛ وداي2011 Day) ولكن أيضًا حول العالم (مازوليني Mazzoleni وسفارديني Sfardini 2009؛ وبايم Baym وجونز Jones 2012)، والبرامج الحوارية الترفيهية التهكمية والمعتمدة على المحاكاة الساخرة والبرامج الإخبارية المصطنعة التي لم تصبح صورًا شائعة على نحو متزايد من البرامج التلفزيونية فحسب، بل أيضًا وسيلة مهمة لتحدي الأشكال الثابتة والحرفية المقيِدة لكيفية مناقشة السياسات ونقدها والتفاعل معها عبر التلفزيون.

من ثم، يفحص هذا الفصل الديناميكيات المقدمة من قبل الأشكال التهكمية للحديث السياسي المتوسط في إعادة بناء ممارسات المشاركة السياسية والمواطنة في مطلع القرن الحادي والعشرين. وعلى وجه التحديد، عبر تحليل للهجاء والمحاكاة الساخرة كأفعال حديث أدائية ولعب أدوار، يمكننا أن نرى الأثر الذي يلحقه الهجاء بالمواطنة الديمقراطية والمشاركة السياسية. غير أنه في البداية ربما يكون من المفيد مناقشة الهجاء أو التهكم كخطاب موضوع في إطار تصدعات ثقافة سياسية ساخطة وكيف تتغير أفكار المواطنة الراسخة في السابق ولماذا، خاصةً فيما يتعلق بديناميكيات الإعلام الجديدة.

ديناميكيات التغيير في مواطنة متوسطة

ينبغي أن يُنظَر إلى قصة نجاح الهجاء أو التهكم كشكل متجدد أو متغير من الحديث السياسي المعمم، خاصة على شاشة التلفزيون، في إطار الديناميكيات الأوسع نطاقًا للتغيير الجارية في عقد التسعينات من القرن العشرين.[1] وبظهورها أولاً وبأكثر الصور وضوحًا في المشهد التنافسي للتلفزيون الكبلي، قدمت تلك البرامج مجموعة من الممثلين الجدد والأصوات الجديدة على الساحة العامة - هؤلاء الذين كان يُنظَر إليهم في السابق بوصفهم "أطرافًا خارجية" سياسية، الأمر الذي يرجع بدرجة كبيرة إلى الفصل المصطنع بين مجالي الترفيه والسياسات والذي قد تم الحفاظ عليه بشكل تقليدي من جانب شبكات البث الاحتكارية.[2] أولاً عبر البرامج الحوارية الترفيهية السياسية المختلطة (مثل "غير صحيح سياسيًا" Politically Incorrect مع بيل ماهر Bill Maher) ثم من خلال برامج مجلات إخبارية زائفة (مثل "الحقيقة المروعة " The Awful Truth لمايكل مور Michael Moore) وبرامج الأخبار الزائفة (مثل The Daily Show لجون ستيوارت Jon Stewart) وبرامج التعليقات السياسية الزائفة (The Colbert Report)، طرح هؤلاء الممثلون الجدد أشكالًا نقدية قاسية ليست موجهة فقط لعالم السياسات بل أيضًا لوسائل الإعلام الإخبارية التي عادةً ما تصنع وتحلل وتكشف عن "حقائق" الحياة السياسية. وعبر سلسلة من أحداث الأزمات والإخفاقات التي يمكن تضمينها كعامل مشارك جاهز - فضيحة جنسية رئاسية وانتخابات رئاسية متنازع عليها ومثيرة للجدل، وحرب تم شنها ضد الافتراضات أو المسلمات الخاطئة، علاوة على الانهيار الاقتصادي الوشيك للاقتصاد الأمريكي والعالمي - برامج تهكمية ساخرة ثبت كونها مصدرًا للتحدي والمنافسة والانتقاد اللاذع بشكل روتيني للسلطة السياسية والإعلامية. وفي إطار تلك العملية، تحدت تلك البرامج "نظام الحقيقة" الخاص بوسائل الإعلام الإخبارية (مثلما يشير إليه "فوكو" Foucault) (موريس Morris وباتون Patton 1979: 46)، السلطة والترخيص اللذين لا يقبلان الجدل واللذين تعمل وسائل الإعلام الإخبارية من خلالهما كجهتي تحكيم للحقيقة والواقع فيما يتعلق بالحياة السياسية (جونز Jones 2009a).

وبالقطع ليست تلك التحديات منسوبة فقط إلى ذكاء الكتاب الكوميديين أو خفة ظلهم أو شجاعتهم أو إلى الاقتصاد السياسي للإنتاج الإعلامي الذي أتاح للشبكات الكبلية المبتدئة تقديم تلك البرامج النقدية ودعمها. فقد ترسخت البرامج التهكمية والقائمة على المحاكاة الساخرة داخل أوجه السخط الأوسع نطاقًا للثقافة المدنية. وسواء نسميها "ضائقة مدنية" أو ظروف سياسية "ما بعد الحداثة"، عادةً ما كان المواطنون يجدون الممارسات الروتينية التي تشكل المواطنة غير مكتملة الأركان. ويضم هذا الطبيعة التسفيهية لحياة عامة مصطنعة ومدارة وتقديمها في وسائل الإعلام الإخبارية، مما يؤدي إلى ما هو أكثر قليلاً من حياة سياسية كثقافة دعاية (وما ينتج عن ذلك من تثبيت للاعتقاد في الطرق الهادفة للمشاركة السياسية العامة). ومع بدء أصوات خارجية أكثر شعبية في الظهور بالبرامج الحوارية وعبر منتديات مناقشة إعلامية جدلية، أضحت الأشكال التقليدية للتمثيل الإعلامي محل شك بصورة متزايدة. ومن خلال كتابتهما في تلك الأعوام، عرَف جاي بلوملر Jay Blumler ومايكل جورفيتش Michael Gurevitch(2000) باختصار مفيد هذه التصدعات داخل الثقافة السياسية، بحيث ربطاها بذكاء بصور عدم رضا المواطنين عن وسائل الإعلام القديمة والتبني الناتج لوسائل الإعلام الجديدة. ومثلما أشارا، يمكن تعيين غضب المواطن من السياسات المتوسطة في ثلاثة مواضع:

"اعتقاد شائع مفاده أن الديمقراطية مثلما تُفسَر بشكل تقليدي في أزمة وأن تبعات تغطية وسائل الإعلام السائدة للسياسات يلقى عليها اللوم بصورة ضخمة في "أزمتها"؛ المد المتصاعد للشعبوية في الأوساط الثقافية والسياسية والإعلامية، الأمر الذي يرفع من قيمة احترام مشاهدات الأشخاص العاديين وتفضيلاتهم، فضلاً عن انطباع بأن صفات معينة لوسائل الإعلام الجديدة يمكن أن تدرج تحت أشكال فاعلة من المشاركة السياسية. (2000: 167).

كان انجذاب المواطن للأخبار الزائفة التهكمية والحديث السياسي الترفيهي جزءًا من النقد المتأصل للتحكم في وسائل الإعلام الجديدة وتنظيم الحديث السياسي، علاوة

على تبني الجوانب الشعبوية لرؤية وسماع وتشجيع انتقاد ممثلين سياسيين غير تقليديين للنظام (جونز Jones 2010: 207-234). كانت هذه خطوات مهمة في الديناميكيات المتغيرة للمواطنة المتوسطة التي كانت بالطبع مصحوبة بتغيرات ربما تكون أكثر عمقًا في قدرة المواطنين على المشاركة بصورة مباشرة عبر التقنيات الرقمية مثل الإنترنت.

ومن خلال ربط هذه الرؤى بالحقبة الرقمية، حدد ستيفن كولمان Stephen Coleman كيف تحدَّت ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة الفكرة الديمقراطية الأقدم للتمثيل غير المباشر، المبني مثلما كان على "بعض أكثر سمات الحداثة ثباتًا: عسر البعد الزمني والطبيعة المحدودة للمكان واحترافية التوسط والطبيعة الاستعراضية المثيرة للسلطة" (2005: 207). ويدعي أنه، في عالم مربوط بـ "أنماط معاد تشكيلها من التفاعل عبر المكان والزمان" تبدو تلك "التبريرات للتمثيل غير المباشر أقل مصداقية". بدلاً من ذلك، يدفع بأن الثقافة السياسية تمر بتحول نحو تفضيل "التمثيل المباشر" باستخدام التقنيات الرقمية التي تنقلنا من "بعد إلى حضور مشترك" ومن "مكان إلى شبكات" ومن "إرسال إلى حوار" ومن "مشاهدة إلى لعب أدوار" (212).

ويذهب جون هارتلي John Hartley(2010) إلى مدى بعيد جدًا إلى حد الدفع بأن ديناميكية التغيير والسخط قد دفعت بنا إلى مرحلة جديدة من المواطنة يشير إليها باسم مواطنة افعلها بنفسك/افعلها مع الآخرين" DIY/DIWO Citizenship". ويؤكد مصطلح do-it-yourself/do-it-with-others على حق تقرير المصير السيميائي في الكيفية التي يشكل بها المواطنون هوياتهم وأفعالها ويعايشونها كمواطنين، وضع "معتمد بشكل متزايد على التواصل وبصورة أقل على الدولة" (241؛ تركيز أصلي). بالنسبة لهارتلي Hartley، يتمثل جزء مكون لهذا فيما يطلق عليه "المواطنة الحمقاء" Silly Citizenship، وهو إدراك مفاده أنه، في حقبة وسائل الإعلام الجديدة، تتشكل المواطنة بالتمثيل والأداء (بما في ذلك أداء التشاور والمشاركة) كما هي بواسطة العقلانية عند هابرماس Habermas ممثلة في "فعلها التواصلي" (244). إذ إنه، مثلما يشير، "خشبة المسرح للمواطنة هي حرفيًا كذلك. إنها درامية وأدائية بقدر كونها تشاورية" (241؛ تركيز أصلي).

تـردد لـيلي تـشولياراكي Lilie Chouliaraki هـذه الحجـج، مقـرة بـأن "الـشعبية أو العاموية" تتشكل الآن، جزئيًا، بواسطة "التمثيـل الـذاتي المتوسـط". عـادة مـا يكـون التمثيـل المباشر نصيًا في طبيعته ومؤلف من "أداء وصـوت ومطالبـات بـالاعتراف أو التقـدير" (2010: 277). ومن خلال ترديد حجة نظرية الأدائية التي مفادها أن أفعال الحديث تحول الواقع إلى كيان ملموس (نشاط القول هو عمل الفعل؛ نظر لوكسلي Loxley 2007)، تـشير تـشولياراكي بذكاء إلى أن "تلك النصّيات[لتوسط الذات] لا تمثل ببساطة ذوات أو فرد أو تجمـع مـا قبـل الوجود، وإنما تشكل تلك الذوات في إطار عملية تمثيلها عينها" (229، تركيز مـضاف). ويعنـي هذا أن المواطنة تتشكل الآن بدرجة كبيرة جدًا بواسطة السلوكيات النصية. ويتعين أن تـتلاءم الآراء التقليدية للمواطنة التي ركزت على سلوك سياسي موجه نحو غايـات (تـصويت، حـراك، وما إلى ذلك) تشكل أهمية محورية للمواطنة الجيـدة مـع رؤيـة أدائيـة لمفهـوم الـشعبية أو العاموية، واحدة تقر بأن منح صوت عبر وسيلة نصية ومازحة أو هزليـة هـو "فعـل مواطنـة مهيمن في حد ذاته" (228).

يعيدنا هذا مجددًا إلى فكرة الهجاء والمحاكـاة الـساخرة كأفعـال حـديث تـشكل صـورة مجددة من التفاعل مع العالم الـسياسي. ومـثلما سـنرى في المناقـشة لاحقًـا، لم يعمـل الهجـاء والمحاكاة الساخرة كوسيلتين بديلتين شعبيتين جدًا للمشاركة في المضمار العام فحـسب، وإنمـا أيضًا كمكون أساسي لمواطنة لعوبة وحمقاء، ولكنها جادة جدًا. سنناقش كيـف يتحقـق ذلـك ولماذا عبر مفهومي "الأدائية" و"لعب الأدوار".

الأدائية ولعب الأدوار

تتمثل إحدى حقائق الواقع السياسي المعاصر في أنه ربمـا لا يلتـزم بـالنموذج الأفلاطـوني القديم لتوافق الصحة أو الصدق مع الواقع - بمعنى أنه يمكن أو ينبغي أن يُقيَّم الواقع من حيث صحته أو زيفه (رورتي Rorty 1999: xvi-xxxii). لقد اعتمد قدر كبير مـن الـصحافة (ناهيك عن مذهب الوضعية المنطقية) على رؤية أن اللغة تنتج تصريحات صحيحة وخاطئة، وأن الصحفيين من الممكن أن يتبينوا الحقيقة بواسطة وصف الصحة والإشارة إليها والبحث عنهـا واكتـشافها ضـمن الخطـاب العـام. وعـلى الـرغم مـن ذلـك، فـإن واضـعي

نظريات أمثال جيه إل أوستين J.L. Austin وجاكس دريدا Jacques Derrida سيدفعانا إلى الإقرار بأنه، بدلاً من أن تمثل اللغة الحقيقة، فإنها تنتجها فعليًا (لوكسلي Loxley 2007).

إن اللغة أو أفعال الحديث أو الألفاظ لا تصف فقط الواقع بل تؤديه - إنها أحداث أو أفعال بعينها أو في حد ذاتها. يدرك العديد من الساسة هذا بالكامل اليوم، ويخصصون قسطًا كبيرًا من وقتهم في استغلال وسائل الإعلام الإخبارية كقنوات لإنتاج ذلك الواقع. ربما لم يكن هذا معلنًا بصورة أكثر وضوحًا وجرأة منه عندما وصف الرئيس جورج دبليو بوش George W. Bush (الذي كان يعتقد على نطاق واسع أنه كارل روف Karl Rove) الصحفيين بأنهم "مجتمع قائم على الواقع" وقال إن "دراسة حصيفة لواقع قابل للإدراك لم تعد هي النحو الذي يعمل به العالم بحق بعد الآن". ومضى المستشار قائلاً:

> "نحن إمبراطورية الآن، وحينما نقوم بفعل، ننتج واقعنا الخاص. وبينما ندرس ذلك الواقع - بحصافة، مثلما ستفعل أنت - سنقوم بفعل مجددًا، لننتج أكثر من واقع جديد آخر، يمكنك دراسته بالمثل، وهكذا ستُنظَم الأمور. نحن ممثلو التاريخ ... وستُترَكون جميعًا، كلكم، فقط لدراسة ما نفعله. (ريتش Rich 2006: 3-4).

بالمثل، يمكننا أن نرى قوة اللغة الأدائية في إنتاج الواقع عندما صرحت الحاكمة السابقة لولاية ألاسكا والمرشحة لمنصب نائب الرئيس سارة بالين Sarah Palin، في منشور كتبته على Facebook قائلة: "أمريكا التي أعرفها وأحبها ليست هي تلك التي سيتعين فيها على والدي أو طفلي المصاب بمتلازمة داون أن يقفوا أمام "لجنة الوفاة" التابعة لأوباما كي يتسنى لبيروقراطييه أن يقرروا ... ما إذا كانوا يستحقون رعاية صحية أم لا". مثلما يشير باحثان في مجال الصحافة: "نشرت أشهر 50 صحيفة في الدولة]بالتالي[أكثر من 700 مقال عن هذا الزعم، فيما نقلت أخبار الشبكة الليلية نحو 20 خبرًا عن الموضوع" (شافر Shafer ولورانس Lawrence 2011). وفي إطار تلك العملية، شكك العديد من الصحفيين في الادعاء وفضحت زيفه. وعلى الرغم من ذلك، أفاد اقتراع

لمواطنين بأن 30 بالمائة ممن تم استطلاع آرائهم رأوا أن التشريع المقترح من شأنه أن "ينتج لجان وفيات" وبعد مرور شهر (في دراسة مختلفة)، رأى 41 بالمائة أن هذا الترشيد المفرط للرعاية الصحية تم تضمينه في التشريع (شافر Shafer ولورانس 2011 Lawrence). باختصار، لا يهم بحق ما إذا كان ما قالته بالين صحيحًا أم خاطئًا، أو حتى كيف أبلى الصحفيون في دحض الادعاء. فما يهم هو أن قول بالين أنتج، بصور عديدة، الواقع الذي أدته من خلال التعبير عنه.

وفي هذا العالم السياسي، يتم إدراج الهجاء والمحاكاة الساخرة، مما يظهر كيف يمكن أن يكونا أداتين فعالتين للدحض والتحدي والنقد. في واقع الأمر، مثلما يشير المثال المذكور آنفًا عن جهود كشف الزيف المقترحة للصحافة، ربما تثبت الصور الأقدم من النزاع عدم جدواها في تحدي تلك الصحة حينما يرغب الناس في تصديقها. يوفر الهجاء والمحاكاة الساخرة لغة مختلفة - واحدة تجمع العدوانية والتحكيم مع الضحك واللعب (تست Test 1991). إنها لغة ملائمة لإرباك المعاني، مع أنه يمكن استخدامها لأغراض هدامة وبناءة. يحدث الهدم عبر إطارها النقدي. مثلما يشير بيتر تشايلدز Peter Childs:

> "يتحتم على النقاد إمعان النظر في الرغبة في السلطة المتأصلة في النصوص. ويتعين أن يضم هدف النقاد إيلاء الانتباه إلى ذلك الذي لم يسمح النص للقراء بالتفكير فيه أو استخلاصه، لكشف نمط التفكير المستوحى من النص وإماطة اللثام عما قد تم تخطيطه مقدمًا. (2006: 8).

على سبيل المثال، شارك الساخر جون ستيوارت Jon Stewart، في مثل ذلك الهدم النقدي لوسائل الإعلام والخطابات السياسية المهيمنة من خلال تأليف مقطع بارع مدته ثماني دقائق ونصف والذي فيه، عبر تقنيات التنقيح، ربط مقاطع إخبارية وأخرى خاصة باستشارات الأسهم معًا من شبكة الأخبار المالية CNBC(The Daily Show 2009a). ومن خلال هذه العملية، أظهر كيف كانت المحطة متواطئة في الفقاعة المالية التي ابتدعتها بورصة "وول ستريت"، وأيضًا، على نحو مماثل للساسة المذكورين سابقًا، كيف أدى المراسلون والمعلقون ومحللو الأسهم حرفيًا الواقع الذي سعوا لإنتاجه (جونز Jones

115-119 :2010). غير أن ستيوارت بنى فعل الحديث الأدائي خاصته بعد أسبوع عندما أتى بإحدى شخصيات القناة في مقابلة جادة وعدائية جدًا (The Daily Show 2009b).

ونظرًا لأن قليلاً من المراسلين أو المنافذ الإعلامية الإخبارية قد تحدى في السابق شبكة الأخبار المالية لدورها في ترويج الخرافات وأوجه الخطأ أو عدم الدقة التي أبقت على الفقاعة، فقد أصبحت أفعال ستيوارت الأدائية - التهكمية الساخرة والجادة - مساهمة مهمة في التعامل العام مع واقع الأزمة المالية، إذ أضحى وجهًا عامًا للغضب الموجه إلى وول ستريت.

ويُرى فعل حديث أدائي مماثل في تصوير الممثلة الكوميدية تينا فيي Tina Fey المعتمد على المحاكاة الساخرة للمرشحة لمنصب نائب الرئيس سارة بالين على برنامج الاسكتشات أو المقاطع المسرحية الهزلية Saturday Night Live. وكرد على ما كان يُنظَر إليه على نطاق واسع بوصفه مقابلة إخبارية تلفزيونية بواسطة بالين قبل أيام، قدمت فيي Fey محاكاة ساخرة لعينة، في أمثلة عدة تكرر ببساطة الكلمات الفعلية لبالين Palin (جونز jones 2009b: 177).

لم يفد إطار صحفي تقليدي لتقييم أداء بالين Palin بقدر كبير في توفير مصادر من أجل "إدراك" المواجهة (بالنظر إلى الطبيعة المحيرة للمواجهة). ومع ذلك، فإن الأداء القائم على أسلوب المحاكاة الساخرة مثل فعل الحديث، أعاد تعيين موقع المقابلة في إطار كوميدي، ومن ثم يقود المشاهدين بعيدًا عن أنماط التفسير المفضلة للنص (منطقية ومتعمدة) والموجهة إلى أنماط أخرى من التفكير والمعنى - تلك التي دعا إليها أسلوب لعب الأدوار. وبتغيير الإطار التفسيري، تصبح تفاهة الأصل أكثر وضوحًا. انتشر الأداء القائم على أسلوب المحاكاة الساخرة بسرعة وعلى نطاق واسع على شبكة الإنترنت، غير أنه تم تداوله بشكل متكرر أيضًا عبر وسائل الإعلام الإخبارية التلفزيونية. لقد جسدت فيي Fey، في أدائها، على ما يبدو أفضل تفسير لعمل بالين Palin - أن الحاكمة كانت غير مؤهلة بصورة كبيرة لأن تتولى منصب نائب رئيس (أو رئيس) وكانت تأمل في أن تشق طريقها إلى المنصب عبر البلبلة أو التشويش والاعتداد بالذات. ربطت وسائل الإعلام

الإخبارية ببهجة، متبنية ما كانت عاجزة فيما يبدو عن فعله، نقد فيي Fey بالتقارير والتعليق خاصتهم عن بالين وفعل الحديث الأصلي لها.[3]

وهذا، كما يتبين، هو الموضع الذي تكمن فيه القوة الأدائية للمحاكاة الساخرة والهجاء - لا في الدحض المنطقي أو المتعمد، أو حتى فقط في الهدم الخلاق، وإنما في إنتاج أو خلق أفعال الحديث خاصتها، تلك التي تهدم فقط بتحدي شرعية الأولى. ومثلما يتم تكرار أفعال الحديث السياسي الأدائية وإعادة تكرارها عبر المشهد الإعلامي الرقمي، يستغل كل من الهجاء والمحاكاة الساخرة تلك المساحة، بإدخال فعل حديث ثانٍ يقطر ببقايا الفعل الأصلي.[4] يصبح الأداء الجديد نوعًا من الدحض بدرجة أقل من كونه طفيلاً، يمتص المعنى من ويعيش على ويقيد القدرة الأدائية الكاملة للحدث السابق بهدف إنتاج واقع غير مُنافَس. لم يعد بمقدور الفعل الأصلي أن يقف وحيدًا، يتنافس في بعض الأحيان مع نسخة مطابقة وفي أحيان أخرى يتعين عليه تحمل حضورها المشترك (حيث إن كلاً منهما يمكن أن وغالبًا ما يظهران معًا).

علاوة على ذلك، يمكن توظيف الهجاء لأغراض بناءة، عادة عبر لعب الأدوار. يفحص جراهام مايكل Graham Meikle (2008) لعب الأدوار عمليًا في استخدام وسائل الإعلام التكتيكية أو التعبوية - هجمات افعلها بنفسك/افعلها مع آخرين خلاقة ومتعمدة على صور الخطاب المهيمنة (ربما تكون مقاطع الفيديو المختلطة والتشويش الثقافي مثالين يمكن تعريفهما بسهولة؛ أما عمل Yes Man فهو مثال آخر). يسأل مايكل Meikle بذكاء عما إذا كان ينبغي أن يتغير تقييمنا لتلك الجهود والمشروعات من تساؤل أدواتي وموجه للناتج مثل "هل يعمل أو يجدي نفعًا؟ إلى "هل تلعب أو تلعب دورًا؟" مما يعيد توجيه التساؤل نحو مبتكري وسائل الإعلام التكتيكية أو المشاركين فيها أو مستخدميها (بمعنى، نحو احتياجات المواطنين، وليس احتياجات الدولة). كذلك، يوجه الانتباه إلى الثقافة التشاركية نفسها وإلى فرص للمشاركة الخلاقة في إطار المواطنة. ويرى مايكل أن تركيزًا على لعب الأدوار يوجه انتباهنا نحو الأشياء التي يمكن أن تسهم في إدراك أكثر ثراءً وشمولاً لكون المرء مواطنًا أو لممارسة المواطنة (انظر أيضًا فان زونين van

Zoonen 2005: 123)، مثل فرص التعلم والتطور والاستمتاع والترابط وتـشكيل مجتمـع، أو مصادر للارتجال والتخيل.

مثلما يشير مايكل، يمكن نبذ لعب الأدوار بسهولة نظـرًا لافتقـاده المفـترض للواسـطة أو الوسيلة أو النشاط غير الموجه لهدف، ناهيك عن ارتباطه بسلوك "صبياني" (هارتلي Hartley 2010). غير أن تيودور جلاسر Theodore Glasser يدفع على نحو صحيح بأن "إبـداع لعـب الأدوار ... لا يسلط الضوء على شيء أقل من طبيعـة المعنـى والفهـم .... يوضـح لعـب الأدوار كيف يشارك الأفراد في معنى ما يواجهونه" (2000: 26). من ثم، بينما عادة ما يُناط بالكتـاب أو الشعراء الساخرين ومؤلفو أشـكال المحاكـاة الـساخرة أن يكونـوا منتقـدين يـدفع عملهـم الناس بعيدًا عن الارتباط بالسياسات والحياة العامـة (هـارت Hart وهـارتليوس Hartelius 2007)، فإن مفهوم لعب الأدوار يشير إلى العكس - أن المواطنين مـدعوون لخطـاب الحـديث ومطلوب منهم المشاركة بوصفهم أكثر من مجرد مـستهلكين لمعـانٍ ومواقـف وآراء موضـوعة مسبقًا.

ربما يمكن رؤية ما يقترحه كل مـن Glasser ومايكـل Meikle في التفـاعلات المازحـة أو الهزلية من جانب الكوميـديانين الـشهيرين جـون سـتيوارت Jon Stewart وسـتيفن كـولبرت Stephen Colbert، اللذين قد أبديا استعدادهما لنقل أشـكال النقـد البلاغيـة خـارج الإطـار المحدود لتلفزيون الترفيه، ليدرجا نفـسيهما - ومعجبـيهما الـذين يبـدو أنهـم يقومـون بـدور مدَعِّم - على نحو مباشر بصورة أكبر داخل المجـال العـام. لقـد صـاغ كلاهـما أفعـالًا سياسـية هزلية (وأدائية) عن عمد 5، بما في ذلك "سباق لاستعادة الصحة العقلية والخوف أحـدهما أو كليهما" (Rally to Restore Sanity and/or Fear)خاصتهما. وكان السباق في الأصل بمثابـة تلميح ماكر إلى "سباق لاستعادة الشرف" Rally to Restore Honor الخاص بالمذيع بمحطـة Fox News جلين بيك Glenn Beck (الذي أقيم أيضًا بقاعة واشـنطن)، غـير أنـه في البدايـة بعـث بالرسـالة الجـادة التـي مفادهـا أن الفـصاحة أو البلاغـة مثـار الخـلاف التـي تـشكلت واستمرت من جانب شبكات الأخبار الكبلية (أو ما يطلق عليه ستيوارت Stewart اسم "رجل سياسة-مثقف-منسق نزاعات دائم") كانت تؤذي أمريكا (براون Brown 2010).

كان الأمر الأكثر إثارة للإعجاب هو حقيقة أن السباق جذب ما بين ربع ونصف مليون شخص. ولكونه أقيم قبل بضعة أيام من انتخابات الكونجرس النصفية، تمثلت النزعة بالنسبة للصحفيين في تقييم "معناه" على نحو يعتمد بدرجة كبيرة على شروط أدواتية - أي، ما إذا كان من المحتمل أن يؤثر على إقبال الناخبين أو خيار التصويت (جونز وآخرون .Jones et al 2012). وفيما يصعب التحقق من نوايا أو رغبات العدد الهائل من الأشخاص الذين يحضرون حدثًا مثل هذا، فإن الأمر المؤكد هو أن عدم وضوح الحدث من حيث المعنى (ما هو هذا- الصحة العقلية أم الخوف؟ الكوميديا أم السياسة؟ كلاهما؟) دعا إلى مجموعة من المواقف الهزلية التي يمكن أن يتبناها الناس بحضور الحدث. وفَّرَ الحضور المادي لأشخاص في الموقع الرئيسي للتظاهر السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية يرفعون لافتات مصنوعة ذاتيًا تحمل عبارات مثل "عاقل مجنون تمامًا"، "لا تصدق كل شيء تعتقده" و"هيتلر، أعد لي فارقي البسيط!" (ماكجلين McGlynn 2010) فرصًا للتخيل والتضامن وبناء المجتمع والاستمتاع المحض بفعل شيء لم يتم فعله مطلقًا بمثل ذلك الأسلوب - أي أداء نوع مختلف من المواطنة بطلب ... "صحة عقلية". غير أن الصحة العقلية لم تكن مطلوبة فقط بأسلوب قديم من التصريح السياسي. تم أداؤها بصورة هزلية، لتنتج ذلك الواقع - على الأقل لمدة يوم أو لعطلة نهاية أسبوع - في غياب ذلك عن كثير من الممثلين السياسيين التقليديين.

المواطنة الحمقاء داخل ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة

بالعودة إلى الفيلسوف البراجماتي ريتشارد رورتي Richard Rortyومناقشته للحاجة إلى التخلي عن نظرية التوافق التقليدي للصحة أو الصدق، يدعي رورتي Rorty أن "العقل الديكارتي هو كيان تعد علاقاته مع بقية أجزاء العالم تمثيلية بدلاً من كونها عارضة" وأننا "بحاجة إلى التوقف عن النظر للكلمات باعتبارها تمثيلات ... والبدء في اعتبارها عقد في الشبكة العارضة التي تربط الكائن الحي ببيئته" 1999: 23 xxiii. إن هذا المفهوم للغة تحديدًا، بالتلازم مع الفرص التي تقدمها ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة، هو الذي يمكن أن يساعدنا في إدراك قيمة الهجاء والمحاكاة الساخرة كأداتين

للمواطنة الحديثة. وأكد نموذج سابق للمواطنة الجيدة (سكودسون Schudson 1998) على أن الخبراء (مثل الصحفيين) سيصلون إلى الحقيقة الاجتماعية والسياسية و(يعيدون) تقديمها كمعلومة ليتم استهلاكها. كان واجب والتزام المواطن ممثلاً في أن يكون حاضرًا بتلك الصور. ومع ذلك، يُبرِز مفهوم افعلها بنفسك/افعلها مع الآخرين أو المواطنة الحمقاء لهارتلي Hartley الوكالة المتاحة الآن للمواطنين عبر إبداعهم وبنائهم الخاص للغة، والفرص المقدمة للتضمين وإنتاج المعنى عبر لعب الأدوار.

وتشمل ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة الأخرى التي تؤثر على المناقشة في المبادرة، الصور التي يمكن من خلالها أن يسمح الهجاء والمحاكاة الساخرة بالهدم والبناء الخلاق.

الأكثر من ذلك أنه يمكن رؤية تلك المبادرة في الأوجه التي يوظف بها النشطاء السياسيون أفعال الحديث التهكمية في جهودهم الخاصة لترسيخ الحقيقة والصدق والعمل من أجل التغيير عبر شبكات نشطاء (بايم Baym وشاه Shah 2011). في واقع الأمر، بإمكان الفرد الدفع بأنه، كشكل بلاغي، يوفر الهجاء تشجيعًا على المشاركة السياسية من خلال توزيع تلك المواد وتداولها عبر شبكات اجتماعية. على سبيل المثال، داخل Facebook، يكون تداول مادة سياسية ذات طبيعة جادة هو فقط على ذلك النحو - عمل سياسي جدًا، لا يعد خيارًا جذابًا في المعتاد لهؤلاء الكارهين للعامية أو العلانية والذي يمكن أن يؤول كعمل تعليمي أو أيديولوجي أو جدلي. على العكس، يدعو لعب الأدوار التهكمي إلى ويشجع على الضحك، حيث عادةً ما يتمثل في شكل من الحوار مقبول بصورة أكبر على المستوى الاجتماعي. مثلما يشير جورج تست George Test، يلتقط الهجاء المشاعر الإنسانية الطبيعية - "الغضب والخزي والسخط والنقم والاشمئزاز والاحتقار" - ويوجهها أو يروضها، بحيث يحيل "باعثًا ربما يكون مسببًا للخلاف وفوضويًا .... إلى تعبير مفيد وفني" (تست Test 1991: 4).

أخيرًا، لقد أظهرت تجسيدات معاصرة للهجاء، مثل The Daily Show، تعزيزها للمواطنة عبر وظيفتها الممثلة في رصد أو مراقبة الحياة العامة. يرد البرنامج على دورة الأخبار اليومية، موجهًا اهتمامًا هزليًا أو مازحًا تلك القضايا في مجال السياسة والإعلام

التي تستحق التعليق والنقد. وهو ينير ويثقف، وربما من منظور الفيلسوف فوكو يضطلع بوظيفة تأديبية لهؤلاء الأفراد أو تلك المؤسسات التي تعد نفسها بمنأى عن الفحص (مثل Fox News). بالإضافة إلى ذلك، فإن البرنامج يتيح كل مواده لإعادة العرض والتداول. إن الأرشيف الكامل للبرنامج (منذ عام 2000) قابل للبحث فيه ومشاركته وتضمينه في وسائل إعلام أخرى. باختصار، يمثل The Daily Show نوعًا من الهجاء لا يرصد الحياة السياسية فحسب، بل يدعو المستخدمين أيضًا إلى التفاعل مع ذلك الرصد وتضمينه في سلوكياتهم الخاصة كمواطنين مازحين ومتنبهين. ومجددًا، مثلما يشير رورتي Rorty، لا تتمثل النقطة النهائية بشأن اللغة العرضية مثل الهجاء في أنها ترسخ حقيقة بديلة بل في ماهية قيمة الاستخدام أو الانتفاع التي تقدمها في الشبكة التي تربط المواطنين معًا.

خلاصة القول إن تشجيع الهجاء والمحاكاة الساخرة للأدائية ولعب الأدوار كأداتين للمواطنة يتيح، مثلما قد أبرز محررو هذا الكتاب، وسيلة للتجديد الفوضوي. إذا كانت أشكال الفهم السابقة للمواطنة قد منحت امتيازًا لـ "خطابات الرزانة" (نيكولس Nichols 1991) في بناء مواطنة جيدة، فإن لغة الشعر (بالمفهوم الأوسع للمصطلح) اليوم تسمح بإنعاش وإعادة تشكيل للكيفية التي سيشكل من خلالها المواطنون هويتهم ويؤدونها كمواطنين.

فضلاً عن ذلك، فمثلما تشير قراءات أعمال الفيلسوف فوكو، تتشكل الهوية عبر "التفاوض ولعب الأدوار"، بما في ذلك هويتنا كمواطنين. إذ إنه "يُنظَر للهوية على الوجه الأمثل بوصفها عملاً أدائيًا نقوم به ونمثله، شيئًا نجمعه من الممارسات الخطابية الاستطرادية، لا شيء نمتلكه" (ميلز Mills 2003: 92). إذًا، أمكن أن تتحقق عودة ظهور الأشكال الاستطرادية القديمة من الهجاء والمحاكاة الساخرة وإحياؤها في آخر لحظة ممكنة قبل فوات الأوان، مع استجابة المواطنين وتبنيهم للفرص المقدمة لهم عبر ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة ليتم تعريفهم، مجددًا، كمواطنين لا رعايا خاضعين.

ملاحظات

1- في مواضع أخرى، ناقشت باستفاضة القوى الاقتصادية والسياسية والثقافية والتكنولوجية التي ساهمت في ظهور أشكال جديدة من التلفزيون السياسي في الولايات المتحدة (جونز Jones 2010: 5-13، 43-92).

2- القصة الواردة في نظام البث التجاري الأمريكي مماثلة لتلك المضمنة في أجزاء أخرى من العالم تعمل تحت قيادة أنظمة احتكارية مدارة من قبل الدولة على البث. وبمجرد طرح منافسة أوسع نطاقًا عبر توفر بدائل تجارية، اتسع نطاق البرامج السياسية - من خلال الأشكال البديلة من الأخبار، ولكن أيضًا البرامج الترفيهية السياسية مثل الهجاء. انظر بايم Baym وجونز jones(2012).

3- حتى محطة Fox News نشرت عن طريق الخطأ رسمًا تصويريًا لفيي Fey بدلاً من Palin لدى نقلها خبرًا عن بالين Palin (والتي صادف أيضًا أن تكون معلقة مدفوعة الأجر لحساب الشبكة).

4- يكرر هذا الربط لأفعال الحديث المعتمدة على المحاكاة الساخرة بأفعال الحديث الأصلية تفاعل المحاكاة الساخرة عينها - وهو النحو الذي يمثل فيه اللفظ المحاكي الساخر "مفردة مزدوجة الصوت"، كما يصفها واضعو نظريات المحاكاة الساخرة. انظر مورسون Morson(1989: 57).

5- ببقائه في إطار الشخصية المضيفة في البرنامج الحواري التابع لجناح اليمين خاصته، أدلى ستيفن كولبرت Stephen Colbert بشهادته أمام لجنة تابعة للكونجرس الأمريكي حول قضايا العمالة المهاجرة، لافتًا الانتباه (على نحو ساخر وهزلي) إلى افتقار العمال المهاجرين للحقوق. كذلك، شكل لجنة SuperPAC خاصته، وهي لجنة عمل سياسي (مصدق عليها من جانب لجنة الانتخابات الفيدرالية) والتي يمكنها جمع كم لا محدود من المبالغ النقدية من أجل التأثير على الانتخابات دون أن يتعين عليها الكشف عن مساهميها. ويجذب هذا الجهد الأخير الانتباه إلى ويسخر من قرار المحكمة العليا بالسماح بتشكيل مثل تلك الكيانات المؤثرة تحت فرضية حقوق حرية التعبير للشركات (انظر جونز وآخرين Jones et al. 2012).

المراجع

Baym, G. (2010) *From Cronkite to Colbert: The Evolution of Broadcast News*. Boulder, CO: Paradigm.

Baym, G. and Jones, J.P. (2012) "Not Necessarily the News? News Parody and Political Satire across the Globe," double special issue of *Popular Communication*, 10(1-2).

Baym, G. and Shah, C. (2011) "Circulating Struggle: The On-Line Flow of Environmental Advocacy Clips from *The Daily Show* and *The Colbert Report*." *Information, Communication & Society*, 14(7). www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2011.554573.

Blumler, J. and Gurevitch, M. (2000) "Rethinking the Study of Political Communication" in J. Curran and M. Gurevitch, eds., *Mass Media and Society*, 3rd edn. New York: Oxford University Press. *Parody, Performativity, and Play* 405

Brown, L. (2010) "Rally to Restore Sanity - Jon Stewart's Closing Speech (Full Text)." *America Inspired* (October 30). www.examiner.com/article/rally-to-restore-sanity-jon-stewart-s-closing-speech-full-text.

Childs, P. (2006) *Texts: Contemporary Cultural Texts and Critical Approaches*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Chouliaraki, L. (2010) "Self-mediation: New Media and Citizenship." *Critical Discourse Studies*, 7(4), 227-232.

Coleman, S. (2005) "The Lonely Citizen: Indirect Representation in an Age of Networks." *Political Communication*, 22, 197-214.

Day, A. (2011) *Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Glasser, T. (2000) "Play and the Power of News." *Journalism*, 1(1), 23-29.

Gray, J., Jones, J.P., and Thompson, E. (2009) *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York: New York University Press.

Hart, R.P. and Hartelius, J. (2007) "The Political Sins of Jon Stewart." *Critical Studies in Media Communication*, 24(3), 263-272.

Hartley, J. (2010) "Silly Citizenship." *Critical Discourse Studies*, 7(4), 233-248.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jones, J.P. (2009a) "Believable Fictions: Redactional Culture and the Will to Truthiness" in B. Zelizer, ed., *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*. New York: Routledge, pp. 127-143.

Jones, J.P. (2009b) "Pop Goes the Campaign: The Repopularization of Politics in Election 2008" in R.E. Denton Jr., ed., *The 2008 Presidential Campaign: A Communication Perspective*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, pp. 170-190.

Jones, J.P. (2010) *Entertaining Politics*: *Satiric Television and Political Engagement*, 2nd edn. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Jones, J.P., Baym, G., and Day, A. (2012) "Mr. Stewart and Mr. Colbert Go to Washington: Television Satirists Outside the Box." Special Issue: "Politics and Comedy." *Social Research*, 79(1), 33-60.

Lotz, A. (2007) *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.

Loxley, J. (2007) *Performativity*. London: Routledge. Mazzoleni, G. and Sfardini, A. (2009) *Politica Pop*: *Da "Porta a Porta" a "L'Isola dei famosi*" [Pop Politics: From "Door to Door" to "Island of the Famous"]. Bologna: Il Mulino.

McGlynn, K. (2010) "The Funniest Signs From The Rally To Restore Sanity And/Or Fear! (PHOTOS)." *The Huffington Post* (October 30). www.huffingtonpost.com/2010/10/30/the-funniest-signs-at-the_n_776490.html#s170117&title=Wheres_the_candy.

Meikle, G. (2008) "Whacking Bush: Tactical Media as Play" in M. Boler, ed., *Digital Media and Democracy*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 367-382.

Mills, S. (2003) *Michele Foucault*. London: Routledge.

Morris, M. and Patton, P., eds. (1979) *Michel Foucault*: *Power*, *Truth*, *Strategy*. Sydney: Feral Publications.

Morson, G.S. (1989) "Parody, History, and Metaparody" in G.S. Morson and C. Emerson, eds., *Rethinking Bakhtin*: *Extensions and Challenges*. Evanston, IL: Northwestern University Press.

Nichols, B. (1991) *Representing Reality*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Rich, F. (2006) *The Greatest Story Ever Sold*: *The Decline and Fall of Truth from 9/11 to Katrina*. New York: Penguin. 406 *Jeffrey P. Jones*

Rorty, R. (1999) *Philosophy and Social Hope*. New York: Penguin.

Schafer, M. and Lawrence, R. (2011) "Sarah Palin's 2009 'Death Panel' Claims: How the Media Handled Them, and Why That Matters." *Nieman Journalism Lab* (May 26). www.niemanlab.org/2011/05/sarah-palins-2009-death-panel-claims-how-the-media-handled-them-and-why-that-matters.

Schudson, M. (1998) *The Good Citizen*: *A History of American Civic Life*. New York: Free Press.

Test, G.A. (1991) *Satire*: *Spirit and Art*. Tampa, FL: University of South Florida Press.

The Daily Show (2009a) "CNBC Financial Advice" (March 4). www.thedailyshow.com/watch/wed-march-4-2009/cnbc-financial-advice.

The Daily Show (2009b) "Jim Cramer Pt. 1" (March 12). www.thedailyshow.com/watch/thu-march-12-2009/jim-cramer-pt--1.

van Zoonen, L. (2005) *Entertaining the Citizen*: *When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

الفصل السابع

سياسة "المنصات"

تارلتون جيليسبي Tarleton Gillespie

بـالعودة إلى أكتـوبر 2006، نجـد أن Google اشـترت YouTube مقابـل 1.65 مليـار دولار. وشمل البيان الصحفي الذي يعلن عن عملية الشراء اقتباسات من الوالدين المؤسـسين الفخورين، يتباهيان بتعايش الشراكة بين شركتيهما:

"لقد بنى فريق YouTube منصة إعلامية مثيرة وفعالة تـدعم مهمـة Google لتنظيم معلومات العالم وجعلها متاحة ونافعة في كل أنحاء العـالم"، قـال إريـك شميدت Eric Schmidt، الرئيس التنفيذي لشركةـ Google ....

"بدمج قوى العمل مع Google، يمكننا الاستفادة من نطاقهـا العـالمي وقيـادة التكنولوجيا خاصتها في تقديم تجربة ترفيه أكثر شمولاً لمستخدمينا وخلـق فـرص جديدة لشركائنا"، هذا ما قاله تشاد هـيرلي Chad Hurley، الـرئيس التنفيـذي والمؤسس المشارك لشركة YouTube. واستكمل قائلاً: "إنني على ثقـة مـن أنـه بهذه الشراكة، ستتوفر لنا المرونة والمصادر المطلوبة للسعي نحو تحقيق هدفنا

الممثل في بناء منصة الجيل التالي لخدمة وسائل الإعلام على مستوى العالم" (YouTube 2006a).

وبعد قرابة ستة أشهر، أدخل موقع YouTube تغييرًا طفيفًا على الفقرة التي استخدمها في وصف خدمته في جميع بياناته الصحفية. وكان هذا "الموقع الإلكتروني" و"الشركة" و"الخدمة" و"المنتدى" و"المجتمع" الآن أيضًا "منصة توزيع لمنشئي المحتوى الأصلي والمعلنين الكبار والصغار" (YouTube 2007c).

ويعمل وسطاء مثل YouTube - تلك الشركات التي توفر تخزينًا وتصفحًا وتسليمًا للمحتوى الرقمي لشركات أخرى - من أجل ترسيخ مكانة قابلة للاستمرار وطويلة الأمد في حقل اقتصادي وثقافي متقلب. وعلى غرار الناشرين والشبكات التلفزيونية واستوديوهات الأفلام السابقة لها، تحمي الشركات الراسخة موقعها في السوق بينما، في ظلالها، تعمل الشركات الأصغر من أجل دعم مواقعها الخاصة وتوقع الاتجاهات في قطاع توزيع المعلومات.

إن هيمنة YouTube في عالم مقاطع الفيديو على الإنترنت يجعله واحدًا من حفنة من منصات الفيديو ومحركات البحث وأدوات التدوين ومساحات الإنترنت التفاعلية التي تعد الآن الرعاة الرئيسيين للنقاش الثقافي مع انتقاله إلى الإنترنت.

وعلى ذلك النحو، مجددًا على شاكلة الشبكات التلفزيونية والناشرين التجاريين من قبلهم، تواجه تلك الشركات والمواقع على نحو متزايد تساؤلات متعلقة بمسئولياتها: لمستخدميها وفئات الجماهير الرئيسية التي تعتمد على المحتوى الذي تقدمه، وللأفكار الأوسع نطاقًا في الصالح العام.

وفي سياق هذه المطالب المالية والثقافية والتنظيمية، لا تعمل هذه الشركات على المستوى السياسي فحسب، بل أيضًا على نحو استطرادي بهدف صياغة خدماتها وتقنياتها (ستيرن Sterne 2003؛ جيليسبي Gillespie 2007). وهي تفعل ذلك على نحو استراتيجي، لتضع نفسها في موضع يكفل لها السعي نحو تحقيق أرباح في الوقت الراهن وفي المستقبل

والعثور على مجال تنظيمي يعد الأكثر نفعًا وفاعلية بين إجـراءات الحمايـة التـشريعية التـي تفيدهم والالتزامات التي لا تفعل ذلك، ومن أجل رسم تخيل ثقافي تبـدو خـدمتهم في إطـاره ذات مغزى (ويات Wyatt 2004).

في هـذا الفـصل، سـألقي الـضوء عـلى العمـل الاسـتطرادي الـذي يـضطلع بـه الوسـطاء الرقميون، على وجه الخصوص YouTube، مـن خـلال التركيـز عـلى مـصطلح معـين "منـصة" (Platform). لقد أضحى مصطلح "منصة" مؤخرًا شائعًا على نحو متزايـد في وصـف خـدمات الإنترنت الخاصة بوسطاء المحتوى، في كل من تـصويراتها الذاتيـة وفي الخطـاب العـام الأوسـع نطاقًا للمستخدمين والصحافة والمعلقين. الأمر لا يتعلق بدرجة كبيرة بالكلمة ذاتها، فتوظيـف الوسطاء لمصطلح "منصة" (أو "المرحلة الثانية من تطور الإنترنت" Web 2.5، أو "مجتمـع" أو "مواقع تواصل اجتماعي" أو "الحوسبة السحابية") يساعد فقط في الكشف عـن الـصفة التـي يبنونها لأنفسهم.

إن موقع YouTube لا يتعـين عليـه تقـديم خدمتـه لمـستخدميه فحـسب، وإنمـا أيـضًا للمعلنين والمنتجين الإعلاميين الرئيسيين الـذين يأمـل في كـسبهم كـشركاء لـه، وكـذلك لـصناع السياسة. ويسهم مصطلح "منصة" في الإفصاح عن الكيفية التي يعرض من خلالها YouTube ومواقع أخرى نفسها لتلك الجماهير أو المجموعات، مما يـسمح لهـا بتقـديم عـرض ترويجـي تقدمي على نطاق واسع مع نبذ التوترات المتأصلة في خدمتها: بين المحتـوى المنـتج مـن قبـل المستخدم والمنتج تجاريًا، بـين تنميـة المجتمـع وتقـديم الإعلانـات، وبـين التـدخل في توصـيل المحتوى والاحتفاظ بموقف حيادي.

ومع تحول مصطلح مثل "منصة" إلى "نقطة توقف استطرادية" (بازرمان Bazerman 1999)، ربما توجه المزيد من الابتكارات صوب تلك الفكرة الممثلـة في ماهيـة التكنولوجيـا، وربما تتطلب النظم منها أن تعمل عـلى نحـو موافـق (سـتريتر Streeter 1996؛ جـالبرين Galperin 2004؛ ليمان Lyman 2004). عـلاوة عـلى ذلـك، "تؤسـس" تلـك المـصطلحات طريقـة حـضور: وهـي "تفـرض عقوبـات وتكـرس وضـعًا معينًـا للأشـياء، نظامًـا راسـخًا، بالصورة نفـسها التـي يفعلهـا دسـتور بـالمعنى القـانوني والـسياسي للمـصطلح" (بورديـو

Bourdieu 1991: 119). كذلك، تمثل "المنصة" ادعاءً يحرف، مثلما يُزعَم، النحو الذي يشكل بواسطته YouTube وغيره من الوسطاء الآخرين بالفعل الخطاب العام على الإنترنت.

"منصة"

أن نطلق على خدمة إنترنت "منصة" ليس زعمًا بلا معنى أو هدف، كما أنه ليس بالهين. فعلى غرار الاستعارات البنيوية (انظر إلى "شبكة" أو "بث" أو "قناة")، يعتمد المصطلح على ثراء دلالي والذي، مع أنه قد يمضي دون أن يلاحظه المستمع العابر أو حتى المتحدث، يمنح المصطلح صدىً استطراديًا. يشير قاموس Oxford English Dictionary إلى خمسة عشر استخدامًا مختلفًا، فيما أراه بوصفه أربع فئات عريضة:

- **هيكلية**: "سطح مرتفع مستوٍ يمكن للناس أو الأشياء الوقوف عليه، عادةً هيكل منفرد موجه لنشاط بعينه أو عملية محددة"، مثل منصة تحت الأرض، أو منصة غطس أولمبية أو منصة جهاز الحفر النفطي في أعماق البحر.
- **مجازية**: شكل تصوري أو مفاهيمي بصورة أكبر، "الأرضية أو الأساس أو القاعدة لفعل أو حدث أو حساب أو ظرف، الخ. الآن أيضًا: وضع يتم الوصول إليه أو موقف يحدث والذي يشكل القاعدة لمزيد من الإنجازات". ربما نصف وظيفة مستوى المبتدئين خاصتنا على أنها "منصة" لصعود سلم الشركات.
- **سياسية**: السياسة الرئيسية أو مجموعة السياسات التي يعتزم حزب سياسي (أو لاحقًا أيضًا سياسي فرد) تأييدها"؛ وقد ظهر هذا الاستخدام لأول مرة من المفهوم الهيكلي - أي المنصة الفعلية المقامة من أجل أن يوجه مرشح خطابه لجمهور.
- **حوسبية**: "هيكل نظام قياسي، (نوع من) الآلات ونظم التشغيل أحدهما أو كلاهما، والذي يعتبر قاعدة يرتكز عليها تشغيل تطبيقات البرامج". أي هي بنية تحتية حوسبية تبنى عليها الأدوات - سواء أتمثلت في مكونات مادية لأجهزة الكمبيوتر أم أنظمة تشغيل أم أجهزة محمولة أم أنماط أقراص رقمية.

وبربط هذه المعاني معًا، يشير مصطلح "منصة" أولاً إلى شكل وظيفي، "سطح مرتفع مستوٍ" مصمم لتيسير بعض الأنشطة التي ستتم لاحقًا. فضلاً عن ذلك، فإنه ينطوي على ترتيب تقدمي وعادل، وعد ضمني بدعم هؤلاء الذين يقفون عليها. غير أن المنصة لا تُعرَف فقط بالدعم وإنما كذلك بالسطح المستوي خاصتها وانفتاحها أمام هؤلاء الآملين في الوقوف عليها. وحتى في سياقها السياسي، حيث ترفع المنصة وفقًا لتعريفها شخصًا ما فوق الباقين (ونادرًا ما تستخدم لوصف معتقدات مواطنين عاديين)، تحتفظ بروح شعبوية أو عامة، ممثل يتحدث ببساطة وبإقناع لجماهيره. وفي أي من معاني مفهوم "منصة"، يعد كونها مرفوعة ومستوية ومتاحة سمات أيديولوجية مثلما هي مادية.

ترتبط كل هذه الجوانب الدلالية الأربعة بسبب ظهور "المنصة" في الإشارة إلى وسطاء تقديم المحتوى على الإنترنت وأيضًا، على القدر نفسه من الأهمية، ماهية القيمة التي تقدمها لهم كل من نوعيتها ومرونتها. عبر موجات الانتعاش والكساد لاستثمار الإنترنت (لكل من رأس المال والحماس)، لمح مصطلح "منصة" بشكل ملائم إلى كثير من الأمور بينما لم يكشف صراحة سوى عن القليل. من ثم، ينبغي ألا نفاجأ بأن المصطلح اكتسب مجددًا حافزًا أو قوة دافعة حول المحتوى المنتج من قبل المستخدم ووسائل الإعلام الخاصة بالتدفق والتدوين والحوسبة الاجتماعية. لقد كان ثمة انتشار لـ "المنصات" فقط في مواقع مقاطع الفيديو على الإنترنت: تلك المرئية للمستخدمين (مثل YouTube وVimeo وDailyMotion) وتلك المعروفة فقط للمنتجين التجاريين الساعين لبث محتواهم (مثل Birghtcove وCastfire ومنصة"Helix Media Delviery Platform" التابعة لـ Real Media وخدمة thePlatform التابعة لـ Comcast). وتنضم هذه المنصات إلى منصات التدوين ومشاركة الصور وشبكات التواصل الاجتماعي في تسابقهم الآن للاستحواذ على الانتباه على الإنترنت. واليوم، ليست المنصات كذلك بالضرورة لأنها تسمح بكتابة شفرة أو تشغيلها، بل لأنها تمنح فرصة للتواصل أو التفاعل أو الترويج.

المستخدمون والمعلنون والعملاء

يعد عمل الوسيط معقدًا وهشًا، موجهًا مثلما هو إلى ثلاث فئات من الجماهير على الأقل: المستخدمين النهائيين والمعلنين ومنتجي المحتوى المحترفين. وهذا هو الموضع الذي يكون فيه العمل الاستطرادي على أكثر قدر من الأهمية. إن وسطاء أمثال YouTube يتعين عليهم تقديم أنفسهم على مستوى استراتيجي لكل فئة من هذه الجماهير وأن يضعوا مجموعة من التوقعات المقبولة لكل فئة منهم وأن يخدموا مصالحهم المالية مع تسوية أي خلافات بينهم أو تقليصها على الأقل. على نحو مثير للفضول، تعمل الكلمات أو العبارات المجازية مثل "منصة" عبر هذه الخطابات - في الحقيقة، قد تتمثل القيمة الحقيقية للمصطلح في أنه يضع هذه الخطابات على نحو منتظم على خط مستقيم من دون أن تشتت بعضها البعض.

إنها الدلالات - المفتوحة والمحايدة والنزيهة والعادلة والتقدمية والميسرة - التي تجعل هذا المصطلح مقنعًا جدًا بالنسبة للوسطاء مثل YouTube بوصفه وسيلة لاجتذاب المستخدمين. يزعم موقع YouTube والمواقع المنافسة له أنهم يمكنون الفرد من الحديث - برفعنا جميعًا بشكل متساوٍ. بإمكان YouTube التأكيد على أنه "ملتزم بتقديم أفضل تجربة للمستخدم وأفضل منصة للناس لمشاركة مقاطع الفيديو خاصتهم حول العالم" (YouTube2006c) وتقديم مشروع08' You Choose خاصتهم بوصفه "منصة يتفاعل الناس فيها بالحوار مع المرشحين وبعضهم البعض" (YouTube 2007a).

ويتوافق هذا بنظام مع الخطاب طويل الأجل عن إمكانات الإنترنت الخاصة بإرساء الديمقراطية، مع الحماس الأحدث للمحتوى المنتج من قبل المستخدم وخبرة الهواة وتعاون الأقران والتعليق المدني القوي (بنكلر Benkler 2006؛ وجنكينز Jenkins 2006؛ وبرونس Bruns 2008؛ وبرجس Burgess وجرين Green 2009). بالطبع، سبقت هذه الأنشطة موقع YouTube. غير أن YouTube كان فعالاً على وجه التحديد في وضع نفسه موضع البطل المبتدئ للمحتوى المنتج من قبل المستخدم. وتعد مفردة You"" في كلمة YouTube هي الإشارة الأكثر وضوحًا، غير أن عامل الجذب المباشر للمستخدم الهاوي

ظـاهر في مواضـع أخـرى. يعـرض YouTube مـساعدتك في تقـديم نفـسك Broadcast Yourself""؛ أو، مثلما تشير على صفحة ""Company History خاصـتها، "مـع زيـادة عـدد الأفراد الذين يلتقطون مقاطع فيديو للحظاتهم الخاصة، فإن موقـع YouTube يمكـنهم مـن أن يصبحوا جهات البث في الغد" (YouTube 2009(a.

بالطبع، تربو مطامح YouTube عـلى كونـه مـستودعًا لأكـثر مقـاطع الفيـديو المنزليـة المضحكة في العالم - تتطلع إلى التربح منه. مـن الأهميـة تـذكر أن YouTube يمـول بالكامـل تقريبًا بواسطة الإعلان (ألين Allen 2008). وهذا يتم التقليل من قيمته بالطبع عند الحديث إلى مستخدمين منتظمين: لا يمثل الإعلان التجاري ملاءمة أيديولوجية متقنـة مـع روح الويـب التشاركية - ناهيك عن أنه، في الأغلب، لا يتمتع المستخدمون المنتجون للمحتوى بأي عائد في المقابـل (تيرانوفـا Terranova 2000؛ وكامـايرتس Cammaerts 2008؛ بيترسـن Petersen 2008).[1]

غير أن YouTube قد فشل تاريخيًا في تحقيق ربـح. لقـد تنبـأ إريـك شـميدت الـرئيس التنفيذي لـ Google بمربحيـة YouTube في مناسـبات عـدة، غـير أنـه نظـرًا لأن Google لا يفصل عائدات YouTube وتكاليفه في تقاريره المالية، فبإمكان مراقبي السوق فقط التخمين (ميلر Miller 2010). غير أنه قد كان من الواضح منـذ فـترة طويلـة أن الإعلانـات المعروضـة أثناء بث مقاطع الفيديو والروابط المرعية لن تكون كافية في حد ذاتها.[2] علاوة على ذلك، فقد سعى YouTube بعدوانية إلى إبرام شراكات استراتيجية مع وسائل الإعلام التجارية، لتـضمين المحتوى الاحترافي جنبًا إلى جنب مع الاشتراكات المنتجة من جانب المستخدم. ومع أنه لا يزال يمثل نسبة قليلة من إجمالي محتوى YouTube، يهيمن المحتوى التجاري عـلى أكـثر القـوائم شعبية ومشاهدة، خاصة مقاطع الفيديو الموسيقية لفنانين مشاهير.

ومـستخدمًا التكنولوجيـا نفـسها التـي يوظفهـا لاجتـذاب المـستخدمين الهـواة، يعـرض YouTube خدمته للمعلنين:

"لقد تبنى المسوقون منصة التسويق خاصة YouTube و]هكذا[كوسيلة مبتكرة وجذابة للتفاعل مع جماهيرهم المستهدفة، ويزيدون المبيعات والتعرض لأجل شركاتهم وعلاماتهم التجارية بصور عدة مختلفة. (YouTube 2009c).

وتعمل "المنصة" بمفهومها الأكثر مجازية أيضًا لأجل الشركاء الإعلاميين:

يوفر YouTube منصة عظيمة لمخرجي الأفلام المستقلين من أجل بناء وتنمية جمهور عالمي لأفلامهم القصيرة ومشروعات الفيديو خاصتهم (YouTube 2007b).

وأيضًا

"نتطلع إلى الشراكة مع [Warner Music Group] لمنح منصة التوزيع المؤثرة هذه لفنانينا ومعجبينا. (YouTube 2006b).

ليست هذه "وسيلة التعبير" التي يعد بها YouTube المستخدمين. بل إنها "منصة" فرصة، وفرصة تجارية جديرة بالملاحظة: حينما أضاف YouTube روابط "انقر للشراء" لتجار التجزئة مثل Amazon وiTunes إلى جانب مقاطع فيديو معينة، دونت الشركة أن "هذه ليست مجرد البداية لبناء منصة تجارة إلكترونية قادرة على البقاء واسعة النطاق للمستخدمين والشركاء على "YouTube(YouTube Team 2008b). يعد YouTube على نحو متزايد، وربما كان دائمًا، منصة يتم البيع من خلالها، وليست فقط للحديث.

يتحتم على الوسطاء التحدث في سجلات مختلفة إلى جماهيرهم ذات السلطة، واضعين أنفسهم في موضع بحيث يلائمون اهتماماتهم في كل لحظة على الوجه الأمثل (جيرين Gieryn 1999).

وعلى الرغم من ذلك، فإن "المنصة" تتحرك على نحو غير مسبب للمشكلات عبر الثلاثة سجلات جميعها، بحيث تربطها بأجندة واحدة. بالنسبة للمعلنين، بمقدور YouTube أن يعد بتدعيم الوعي بالعلامة التجارية وإطلاق حملة عامة وطرح المنتج، أما

عن المنتجين الإعلاميين البارزين، فمن الممكن جعل المحتوى مرئيًا بل، وحتى من الأفضل، أن يتم الدفع به إلى الجماهير. في الوقت نفسه، يمنح خطاب "أنت" المثير للعواطف المستخدمين الدلالات المجازية والسياسية. يربط المصطلح بصورة متواصلة السجلات الاستطرادية التي يتعين أن يتحدث فيها YouTube، حتى في اللحظة نفسها:

"بالتالي، تكون تجربة مقاطع الفيديو على الإنترنت مرتبطة بالتمكين. فمستهلكو مقاطع الفيديو على الإنترنت مخولون أن يكونوا مبرمجي المحتوى خاصتهم، باستهلاكهم المزيج وثيق الصلة من وسائل الإعلام الجماهيرية والخاصة والشخصية التي يطلبونها. إن المعلنين مخول لهم عبر البيانات فهم جماهيرهم والتفاعل معها بصورة أفضل. علاوة على ذلك، فإن أصحاب المحتوى مخولون، عبر أدوات التعريف المعقدة، بالتحكم في المحتوى خاصتهم واتخاذ قرارات عمل ذكية بخصوص محتواهم. (هارلي Hurley 2008).

ويعد هذا هو الموضع الذي يمثل مصطلح مثل "منصة" و"التمكين" الذي ينطوي عليه أهمية شديدة. بإمكان YouTube تقديم عرض للتلفزيون الجديد، مقنعًا المنتجين الإعلاميين بتزويد محتواهم القيم والمعلنين بشراء اهتمام المستهلك الثمين - على ظهر المحتوى المنتج من قبل المستخدم بكل دلالاته الديمقراطية والعادلة، المقدم في صورة دترياق للتلفزيون. إن أي توتر قائم بين كون YouTube منصة لتمكين المستخدمين الأفراد وكونه منصة تسويق قوية وكونه منصة لمحتوى استوديو رئيسي يختفي بواسطة المصطلح متعدد الاستخدامات والمعاني القوية الكامنة وراءه.

الحواف

إن ادعاء وسطاء المعلومات أمثال YouTube أنهم يمثلون "سطحًا مرتفعًا مستويًا" مفتوحًا لكل الوسائل يزيد من صعوبة فهم أشكال التدخل والخيارات التي يتخذها هؤلاء المزودون فعليًا. غير أن هذه المنصات لها حواف. يذكرنا برجس Burgess وجرين Green بأنه "يمكن النظر إلى YouTube, Inc. باعتباره "راعيًا" للابتكار الجمعي، من خلال تحكمه على الأقل في بعض الظروف التي يتم في ظلها إنتاج المحتوى الإبداعي

وتنظيمه وإعادة تقديمه" (2009: 60). وتعد هذه الظروف عملية وتقنية واقتصادية وقانونية، وهي تنحرف بعيدًا عن حيادية رفع اليد أو عدم التدخل المشار إليها من قبل بلاغة مصطلح المنصة. لقد سعى YouTube إلى نموذج عمل والذي، مع عدم كونه يمثل دور الحارس التقليدي لجهات البث والناشرين، إلا أنه يقودهم نحو اتخاذ خيارات متعلقة بالرعاية بشأن ما يقدمونه وكيف يقدمونه. ومثل هذه الخيارات تحرك قرارات بشأن المحتوى والتوفر والتنظيم والمشاركة (فان ديجك van Dijck 2009).

وسواء أكانت أشكال التدخل هذه استراتيجية أم عارضة أم ضارة أم نافعة، فإنها متعمدة. لنأخذ، على سبيل المثال، إعلان YouTube في ديسمبر 2008، في إدخال مدونة يحمل على نحو مرح عنوان ""A YouTube for All of Us(YouTube 2008)، عن فرض سياسة أكثر صرامة ضد ازدراء الأديان والمحتوى ذي الإيحاءات الجنسية: وعدوا بحذف بعض مقاطع الفيديو تمامًا، وإحاطة أخرى بحواجز عمرية، وحذف أخرى من قوائمها "الأكثر شعبية"، بحيث لا تغزو الصفحة الأولى للموقع تلقائيًا. لقد أبقى YouTube على قواعد ضد المواد الإباحية والعنف غير المبرر والمواد المحمية بموجب حقوق النشر غير المصرح بها، كما قد راجع هذه "التوجيهات المجتمعية" على مر السنين للحد من مقاطع الفيديو الخاصة بتعاطي المخدرات وتناول الكحوليات والتدخين تحت السن القانونية، علاوة على الخطاب المفعم بالكراهية.

في بعض اللحظات التي قد تم فيها انتقاد محتواهم المنشور، وضع YouTube نفسه في موضع بطل حرية التعبير، ويتوافق مفهوم "المنصة" مع هذه الحجة بالمثل. كرد على طلب من عضو مجلس الشيوخ جو ليبرمان Joe Lieberman بحذف عدد من مقاطع الفيديو التي زعم أنها دعاية لتدريب إسلاميين (وهو مطلب تم احترامه جزئيًا)، أكد فريق YouTube:

> "فيما نحترم ونتفهم آراءه، يشجع YouTube حرية التعبير ويدافع عن حق كل شخص في التعبير عن آرائه غير المحبوبة. نؤمن بأن YouTube منصة أكثر ثراءً وصلة بالنسبة للمستخدمين على وجه الدقة نظرًا لأنها تضم نطاقًا متنوعًا من

> الآراء، وبدلاً من قمع النقاش، نتيح لمستخدمينا عرض كل المحتوى المقبول واتخاذ القرار بأنفسهم. (YouTube Team 2008a).

غير أنه في لحظات أخرى، ربما تكون تسمية خدمته منصة وسيلة للتقليل من أهمية دوره بدلاً من التباهي به. لطالما سعى وسطاء رقميون إلى التمتع بمسئولية محدودة عن المعلومات التي يقدمونها. في عريضة الدعوى المقدمة للمحكمة في القضية المرفوعة من Viacom ضد YouTube، أثنى فريق YouTube القانوني على "قانون الألفية للملكية الرقمية" Digital Millenium Copyright Act(DMCA) على الملاذ الآمن الذي يوفره:

> "فهم الكونجرس أن بعضًا من المواد المنشورة من قبل ملايين البشر الذين يستخدمون خدمات الإنترنت قد تنتهك حقوق الملكية. غير أنه أدرك أن إلزام مزودي الخدمة بالمشاركة في عملية فحص قاسية لكل نص وصورة ومقطع فيديو منشور من قبل المستخدم من شأنه أن يثبط حرية التعبير ويعيق نمو الإنترنت.

من ثم، يمنح "قانون الألفية للملكية الرقمية" الخدمات الشرعية "ملاذًا آمنًا" ضد ادعاءات الإخلال أو الانتهاك المدمرة على ما يحتمل مع تزويد حاملي حق الملكية بوسيلة ملائمة لوقف أي إساءة استخدام للمحتوى خاصتهم ... أنتج التوازن الدقيق الذي أحدثه قانون الألفية للملكية الرقمية البنية التحتية القانونية لشبكة إنترنت مجانية ومفتوحة. هذا وقد سمحت الملاذات الآمنة لموقع YouTube وخدمات مشابهة له بالازدهار كمنصات للتعبير الإبداعي والسياسي والاجتماعي. (YouTube 2011: 1-3).

ولتحصين أنفسهم ليس فقط من الاتهامات القانونية، وإنما أيضًا من الاتهام الثقافي الممثل في كونهم صبيانيين وتافهين وفاسدين وما إلى ذلك، يحتاج وسطاء أمثال YouTube إلى أن يضعوا أنفسهم في موضع المقدم فقط - تمكين الكل بعدم اختيار أحد

خاتمة

إن مصطلحًا مثل "منصة" لا يهبط من السماء أو يظهر في صورة عضوية متحررة من المناقشة العامة. فهو مستقى من المصطلحات الثقافية المتاحة بواسطة مساهمين لهم أهداف معينة، ومرسل بعناية بحيث يُفهَم بالنسبة لجماهير معينة. إن هذه جهود لا تهدف فقط إلى الترويج أو الإقناع أو الاستمالة أو الحماية أو تحقيق انتصار أو الإدانة، وإنما أيضًا إلى تقديم مزاعم بشأن ماهية هذه التقنيات وما ينبغي وما لا ينبغي توقعها منها. بعبارة أخرى، تحاول ترسيخ المعايير الأساسية التي سيتم بناءً عليها تقييم هذه التقنيات، المضمنة بشكل مباشر في إطار الشروط التي نعرفها بواسطتها.

وسواء أكانت هذه الشروط متأصلة في الخيال الشائع أم في خطاب الصناعة أم في مصطلحات القانون، فهو نتيجة جزئية لهذا العمل الاستطرادي (بفافنبرجر Pfaffenberger 1992؛ برلاند Berland 2000).

وعلى الرغم من ذلك، فإن هذه الشروط مهمة بسبب ما تخفيه بقدر أهميتها لما تكشف عنه. ومع الوعود المقدمة، تعد "المنصات" أقرب إلى وسائل الإعلام التقليدية مما تحرص على الاعتراف به. ومع بحثها عن نماذج عمل مستدامة، بينما تعمل ضد اللوائح التقليدية وتشعل مناقشات بشأن أخرى جديدة، وبما أنها قد أصبحت بارزة بالقدر الكافي لاجتذاب الفحص الدقيق ليس فقط من قبل مستخدميها وإنما أيضًا من العامة ككل، تزايدت الضغوط لتحقيق توازنها الخاص بين الآمن والمثير للجدل، بين القيِّم اجتماعيًا وماليًا، وبين الجذب المتخصص وواسع النطاق. وكما هي الحال مع البث والنشر، تعد كل خياراتهم بشأن ما يصل بالمحتوى إلى المنصة وكيف يتم تنظيمه وتحويله إلى صورة نقدية وما يمكن إزالته ولماذا، وما هو متاح أو محظور من الناحية التقنية، صور تدخل واقعية وجديرة بالاهتمام في الخطوط الخارجية للخطاب العام.

اعترافات

يمثل هذا الفصل نسخة مختصرة/محدثة من مقال منشور مسبقًا: جيليسبي، Gillespie, T.، "سياسة 'المنصات' "'الإعلام الجديد والمجتمع، The politics of 'platforms' New

Media & Society، بتاريخ 1 مايو 2010. وهي مادة معاد استخدامها بتصريح مـن SAGE Publications.

ملاحظات

1- في عام 2007، بدأ YouTube برنامجًا لمشاركة العائد مع "نجوم YouTube" مختـارين، ثـم فتحهـا لاحقًـا لأي مـستخدم يتقـدم ليـصبح "شريكًـا" (YouTube 2009b). ويحـصل الشركاء المعتمدون على خصم من عائد Adsense من الإعلانات المقترنة بمقاطع الفيديو خاصتهم. إن موقع YouTube لم يكشف عـلى وجـه التحديـد عـن قيمـة العائـد الـذي تشاركوه، غير أن تقريرًا أخيرًا يشير إلى أن الـشركاء يحـصلون عـلى نـسبة 50 بالمائـة مـن عائد الإعلان عن مقاطع الفيديو خاصتهم (ديلا كافا della Cava 2010).

2- إن أغلب محتوى YouTube المنتج من قبل المستخدم لا يمكن أن يقترن بـالإعلان. كثـير من العلامات التجاريـة تحـذر مـن ربـط الإعلانـات بمقـاطع الفيـديو المنتجـة مـن قبـل المستخدم، بالرغم من تـداولها "المنتـشر" العـارض، خوفًـا مـن أن يـتم ربطهـا بـالمحتوى الخاطئ. كذلك، لا يرغب YouTube في خفض دفاعه ضد شـكاوى حقـوق الملكيـة عـن طريـق الانتفـاع بـشكل غـير مقـصود مـن انتهـاك المـادة. وقـد أشـار المعلقـون إلى أن YouTube يقرن فقط الإعلانات بنسبة 9 بالمائـة مـن المحتـوى الـذي يبثـه لمـستخدمي الولايـات المتحـدة، الـذين تقـل نـسبتهم عـن ثلـث إجـمالي حركـة الزيـارات (ليرمونـث Learmonth 2009).

المراجع

Allen, M. (2008) “Web 2.0: An Argument against Convergence.” *First Monday*, 13(3). www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2139/1946.

Bazerman, C. (1999) *The Languages of Edison’s Light*. Cambridge, MA: MIT Press.

Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks*: *How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.

Berland, J. (2000) "Cultural Technologies and the 'Evolution' of Technological Cultures" in A. Herman and T. Swiss, eds., *The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory*. New York: Routledge, pp. 235-258.

Bourdieu, P. (1991) *Language and Social Power*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bruns, A. (2008) *Blogs*, *Wikipedia*, Second Life, *and Beyond*: *From Production to Produsage*. New York: Peter Lang.

Burgess, J. and Green, J. (2009) *YouTube*: *Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity.

Cammaerts, B. (2008) "Critiques on the Participatory Potentials of Web 2.0." *Communication*, *Culture* & *Critique*, 1(3), 358-377.

della Cava, M. (2010) "YouTube 2.0 Helping New Stars Redefine TV." *USA Today* (June 2). www.usatoday.com/tech/news/2011-06-03-YouTube-creators-camp-Michelle-Phan-Joel-Jutagir_n.htm.

Galperin, H. (2004) "Beyond Interests, Ideas, and Technology: An Institutional Approach to Communication and Information Policy." *Information Society*, 20(3), 159-168.

Gieryn, T. (1999) *Cultural Boundaries of Science*: *Credibility on the Line*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Gillespie, T. (2007) *Wired Shut*: *Copyright and the Shape of Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Hurley, C. (2008) "YouTube CEO Chad Hurley's MIPCOM Keynote Address" (October 15). www.youtube.com/watch?v=yXMPaQQ6y4A.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture*: *Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press. *The Politics of* "*Platforms*" 415

Learmonth, M. (2009) "Why Free-ride YouTube Is Finally Winning Ad Dollars." *Advertising Age* (April 13). http://adage.com/article/digital/free-ride-youtube-finally-winning-ad-dollars/135941.

Lyman, P. (2004) "Information Superhighways, Virtual Communities, and Digital Libraries: Information Society Metaphors as Political Rhetoric" in M. Sturken, D. Thomas, and S. Ball-Rokeach, eds., *Technological Visions*: *The Hopes and Fears that Shape New Technologies*. Philadelphia: Temple University Press, pp. 201-218.

Miller, C. (2010) "YouTube Ads Turn Videos into Revenue." *New York Times* (September 2). www.nytimes.com/2010/09/03/technology/03youtube.html.

Petersen, S.M. (2008) "Loser Generated Content: From Participation to Exploitation." *First Monday*, 13(3). www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs /index.php/fm/ article/view/2141/1948.

Pfaffenberger, B. (1992) "Technological Dramas." *Science*, *Technology*, & *Human Values*, 17(3), 282-312.

Sterne, J. (2003) "Bourdieu, Technique, and Technology." *Cultural Studies*, 17(3&4), 367-389.

Streeter, T. (1996) *Selling the Air*: *A Critique of the Policy of Commercial Broadcasting in the United States*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Terranova, T. (2000) "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy." *Social Text*, 18(2), 33-58.

van Dijck, J. (2009) "Users Like You? Theorizing Agency in User-generated Content." *Media*, *Culture* & *Society*, 31(1), 41-58.

Wyatt, S. (2004) "Danger! Metaphors at Work in Economics, Geophysiology, and the Internet." *Science*, *Technology*, & *Human Values*, 29(2), 242-261.

YouTube (2006a) "Google To Acquire YouTube for $1.65 Billion in Stock." *News from Google* (October 9). www.google.com/press/pressrel/google_youtube.html.

YouTube (2006b) "Warner Music Group and YouTube Announce Landmark Video Distribution and Revenue Partnership." *RedOrbit* (September 18). www.redorbit.com/news/technology/660345/warner_music_group_and_youtube_announce_landmark_video_distribution_and/index.html.

YouTube (2006c) "YouTube Uploads $8M in Funding." *StockNews* (April 5). http://new.stocknews.ch/200604051950/Press-Releases-EN/Media-TV-of-the-future-share-forfree.html.

YouTube (2007a) "YouTube Ignites Online Campaigning with Its YouTube You Choose '08 Program." *RedOrbit* (March 1). www.redorbit.com/news /technology/856824
/youtube_ignites_online_campaigning_with_its_youtube_you_choose_08/index.html.

YouTube (2007b) "YouTube Premieres First International Film Competition." *MarketWire* (October 1). www.marketwire.com/press-release/YouTube-Premieres-First-International-Film-Competition-775912.htm.

YouTube (2007c) "YouTube Seeks the Best Shorts on the Internet." *MarketWire* (May 21). www.marketwire.com/press-release/YouTube-Seeks-the-Best-Shorts-on-the-Internet
-728034.htm.

YouTube (2008) "A YouTube for All of Us." *Broadcasting Ourselves*: *The YouTube Blog* (December 2). http://youtube-global.blogspot.com/2008/12/youtube-for-all-of-us.html.

YouTube (2009a) "Company History." www.youtube.com/t/about.

YouTube (2009b) "The YouTube Partner Program." www.youtube.com/partners.

YouTube (2009c) "YouTube Fact Sheet." [previously available at] www.youtube.com/t/fact_sheet.416 *Tarleton Gillespie*

YouTube (2011) "Brief, on Behalf of Appellee Google, Inc., Youtube, Inc. and Youtube, LLC." *Viacom International, Inc., et. al. v YouTube, Inc.* US Court of Appeals, Second Circuit, 10-3270 (March 31). https://www.eff.org/ files/filenode/viacom_v_youtube/2011-03-31_YouTube_Brief_3270.pdf.

YouTube Team (2008a) "Dialogue with Sen. Lieberman on Terrorism Videos." *Google Public Policy Blog* (May 19). http://googlepublicpolicy .blogspot.com/2008/05/dialogue-with-sen-lieberman-on.html.

YouTube Team (2008b) "Like What You See? Then Click-to-Buy on YouTube." *Broadcasting Ourselves: The YouTube Blog* (October 7). http://youtube-global.blogspot.com/2008/10/like-what-you-see-then-click-to-buy-on.html.

قراءة إضافية

Hesmondhalgh, D. (2007) *The Cultural Industries*, 2nd edn. London: Sage.

Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*.New York: Penguin.

Snickars, P. and Vonderau, P., eds. (2009) *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden. [See especially the essays by Andrejevic, Farchy, McDonald, and Wasko and Erikson.]

Vaidhyanathan, S. (2010) *The Googlization of Everything (and Why We Should Worry)*. Berkeley, CA: University of California Press.

Wu, T. (2010) *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*. New York: Alfred A. Knopf.

Zittrain, J. (2006) "A History of Online Gatekeeping." *Harvard Journal of Law and Technology*, 19(2), 253-29.

الفصل الثامن

من الصفحات الرئيسية إلى الصفحات الشخصية على الشبكة

الموازنة بين الهوية الشخصية والاجتماعية

أكسيل برونس Axel Bruns

تشكل شبكة الويب أو الشبكة العنكبوتية العالمية واحدًا من أكثر أشكال التدخل أهمية في أواخر القرن العشرين: لقد غيرت الثقافة والمجتمع والأعمال والاتصالات والسياسة والعديد من المجالات الأخرى للمسعى البشري، لا سيما لكونها ممرًا سهل الاستخدام للوصول إلى تقنيتها التحتية الرئيسية، ألا وهي شبكة الإنترنت نفسها. يمكن تصنيف المراحل الرئيسية في تطورها، خصوصًا وفقًا للكيفية التي قد تم استخدامها بها في عرض المعلومات ومشاركتها - وهنا، تتجلى الصفحة الرئيسية الشخصية أو المهنية، الخاصة أو الرسمية، كمثال نافع لاتجاهات شبكة ويب أوسع نطاقًا في العموم. من البدايات المشفرة يدويًا مرورًا بالمراحل المتتابعة المتعددة للتجريب والمعيارية وحتى التوازن المتغير بين المواقع الشخصية والشبكات الاجتماعية، تجسد الصفحة الرئيسية كيف تحولت شبكة الويب ذاتها، بل وموقعها في حياتنا.

المرحلة الأولى: الصفحات الرئيسية الأولى

إلى حد كبير، يمثل تاريخ شبكة الويب العالمية أيضًا تاريخًا للصفحة الرئيسية. فقد كانت صفحات الويب الأولى، التي توفرت في عام 1990، صفحات رئيسية بالضرورة - بالنسبة إلى شبكة الويب نفسها ومركز الأبحاث النووية CERN حيث تم ابتكارها، وأيضًا لشخصيات بارزة في باكورة تاريخها، مثل المبتكر تيم برنرز لي Tim Berners-Lee(2000). وظفت هذه الصفحات الأولى، المؤلفة يدويًا في صورة لغة ترميز نص تشعبي Hypertext markup language(HTML) أولية، خبرة مؤلفيها مع التقنيات السابقة - مثل بروتوكول استرجاع المعلومات على الإنترنت Gopher، الذي زود بواجهة إمكانية وصول في صورة قائمة أو دليل لمستندات محفوظة بدلاً من الهيكل الأكثر مرونة لصفحات الويب. من ثم، توفر الصفحة الرئيسية الأولى لصفحة الويب العالمية، التي ما زالت محفوظة في CERN، ما هو أكثر بقليل من قائمة منظمة من الروابط لمستندات أخرى.

ومع اكتساب لغة HTML سمات إضافية، تطورت إمكانات متصفح الويب جنبًا إلى جنب معها؛ وأيضًا، مع تعلم عدد أكبر من المستخدمين "التشفير" بلغة HTML، بدأت مواقع الويب التنظيمية والشخصية في التزايد. يتمتع كثير من مستخدمي الويب الأوائل بدرجة ما من إمكانية الوصول إلى مساحات التخزين الشخصية على خوادم الإنترنت المؤسسية، حيث بات بإمكانهم الآن أيضًا حفظ مستندات بتنسيق HTML ممكن الوصول إليها من الويب. في الواقع، بدأ يحدث تحول من صفحة رئيسية واحدة إلى موقع ويب متعدد الصفحات: للربط بين صفحات الويب التي لم تعد تهدف للربط من صفحة رئيسية لمستخدم بأخرى فحسب، وإنما أيضًا للربط بين صفحات مختلفة في موقع الويب الخاص بشخص ما. وعلى الرغم من ذلك، استمرت صفحات رئيسية شخصية عديدة في الاحتفاظ بهيكل منظم منطقيًا. وكان هذا بحكم الضرورة بقدر كونه بمحض الصدفة: عنى الجهد اليدوي الضخم المضمن في تطوير هيكل مستند وشفرة HTML لموقع ما والاحتفاظ بهما أن الجوانب المختلفة للاهتمام الشخصي عادة ما كانت تُرتَّب على صفحات مختلفة، ثم يتم الربط بها من صفحة مركزية. وبالرغم من التغيرات الهائلة في تقنيات

الويب ومنطقه منذ مطلع التسعينات من القرن العشرين، وبغض النظر عن حقيقة أن التغيرات اللاحقة محت الحاجة إلى نظام محور وفروع على ذلك النحو، فإن هذا المنطق لا يزال مستمرًا بدرجة كبيرة اليوم.

تمثل عنصر مهم في مواقع الويب متعددة الصفحات المشفرة يدويًا في قائمة الروابط بالمواقع الأخرى، بالفعل، شكلت الصفحة الرئيسية لمركز الأبحاث النووية CERN على الويب بالأساس فقط تلك القائمة. قبل تقديم أول محركات بحث، زودت تلك القوائم والأدلة لمصادر ويب أخرى الوسيلة الوحيدة لاكتشاف ماهية المحتوى الذي كان متاحًا "على الويب" بخلاف الكلمة المنطوقة. عملت "قوائم الروابط" في الأغلب كمفكرة للمستخدمين الذين يجمعونها بقدر عملها كخدمة للآخرين: كانت وسيلة إضافة إشارة مرجعية بشكل معلن لمواقع أخرى في وقت لم تكن فيه بعض خوادم الويب قد بدأت بعد في تضمين وظيفة الإشارة المرجعية. كما كانت أيضًا وسيلة لمشاركة النتائج المفيدة مع مستخدمين معنيين آخرين؛ وبالنسبة لبعض مؤلفي الويب، بات جمع قائمة رسمية موثوق بها من مصادر الويب في مجال الاهتمام خاصتهم المحرك الرئيسي للحفاظ على الصفحة الرئيسية الشخصية خاصتهم.

المرحلة الثانية: محاولات تنظيم الويب

لقد نسب الانتشار الأوسع نطاقًا للويب كوسيلة لتواصل كثيرين بكثيرين إلى طرح Mosaic كواحد من أوائل خوادم الويب الرسومية (ريد Reid 1997)، ليبني بالتبعية على التوفر المتزايد لأجهزة الكمبيوتر الشخصية المزودة بواجهات مستخدم رسومية تعمل بالماوس. وبتوظيف تلك التكنولوجيا، بات الآن بإمكان نطاق أوسع بكثير من المستخدمين البدء في استكشاف الشبكة العنكبوتية العالمية. وتمثلت نتيجة فورية لهذا التدفق من "خوادم" الويب في انتشار مواقع الويب والصفحات الرئيسية بصورة أكبر؛ وبالتبعية، أضحت مسألة قابلية المحتوى للاكتشاف موضوعًا أكثر إلحاحًا للوسيط الجديد.

وتكمن محاولة لمخاطبة هذه القضية في الجهود الرامية لتطوير المزيد من أدلة محتوى الويب الشاملة القابلة للبحث: أصبح دليل ديفيد وجيري الإرشادي David and Jerry's

Guide للشبكة العنكبوتية العالمية، المعاد تسميته Yahoo! في عام 1995، رائدًا مبكرًا في هذا المجال. أخذت مسارات الويب تلك فكرة "قائمة الروابط" وتابعتها على مقياس صناعي. لاحقًا، واجهت تلك المحاولات لتوجيه الويب نحو مواضع اهتمام مُعرَّفة بوضوح مشكلة أمين المكتبة الممثلة في تطوير توصيف عام للاهتمامات البشرية، وحدث تحول تدريجي من وصول معتمد على دليل إلى ذلك المعتمد على البحث (هالافايس Halavais 2009).

وعلى الرغم من ذلك، فإنه لا سيما في هذه المرحلة المبكرة، تخلفت أدلة الويب بالضرورة في تغطيتها لمحتوى الويب الفعلي. إذ ركزت على المواقع "الرسمية" المعروفة بصورة أفضل على الويب. من ثم، تمثل بديل لمحاولة إدراج الموقع الشخصي لفرد ما في تلك الأدلة في البحث عن القوة في الأرقام: الانتقال إلى واحدة من قليل من الصفحات الرئيسية المبكرة التي تقدم حلولاً، والتي أمدت بآلياتها الخاصة لتنظيم مواقع الويب وإعداد قوائم بها والبحث فيها. إن كانت فكرة هوارد رينجولد Howard Rheingold الرومانسية عن "السكن على جبهة إلكترونية" (العنوان الفرعي لكتابه "المجتمع الافتراضي" The Virtual Community الصادر عام 1993) قد انطبقت على شبكة الويب في باكورة ظهورها، إذن فإن تلك المساكن المنعزلة بدأت الآن في إفساح المجال لأول موجة من التحضر أو التمدن - حرفيًا تقريبًا، في واقع الأمر، مع ظهور مزود الصفحات الرئيسية GeoCities (الذي تم إطلاقه في عام 1995) كواحد من أولى النجاحات البارزة في التجارة التي تتخذ من الويب موطنًا لها.

هذا وينبغي ألا يتم تضخيم ارتباط تلك المجازات أو الاستعارات بالاستخدام اليومي لـ GeoCities والمواقع التي يستضيفها. ومع ذلك، فإن GeoCities ينظم عن عمد مواقعه في صورة عدد من الأحياء السكنية المعينة لأجل المدن غير المتصلة بالإنترنت، من بينها هوليوود وسيليكون فالي، والتي كان الهدف منها الإشارة إلى مجال الاهتمام المرجح (الترفيه، التكنولوجيا، ....) لكل موقع مستضاف. إن استخدام GeoCities عنى التمتع بإمكانية الوصول إلى بنية تحتية موثوق بها ومتقاسمة، علاوة على نطاق من الأدوات

البسيطة لبناء الموقع الخاص بالفرد؛ تمثلت ضريبة هذه المنافع في الحاجة إلى الاشتراك في قواعد مزود استضافة تجاري (فرنباك Fernback 2004). ومع ذلك، فإن هذا شكل خطوة مهمة في بث فكرة تصميم موقع الويب وممارساته فيما وراء مجموعة خبراء التكنولوجيا والقراصنة. أنتج مستخدمو GeoCities قرابة 38 مليون صفحة قبل أن يُغلَق الموقع (شيكميستر Shechmeister 2009). وتحاول عدة مشروعات أرشيفية غير رسمية، مثل ReoCities، الآن الحفاظ على هذا الإرث من تصميم الويب المبكر.

لقد أدى توفر أدوات الاستضافة والتطوير القياسية وظهور مساحة مشتركة متسلسلة أو مترابطة للصفحات الرئيسية بالضرورة إلى درجة معينة من المعايرة أو توحيد القياس في تصميم موقع الويب وسماته. عادة ما تشاركت مواقع GeoCities، على وجه الخصوص، نمطًا معينًا، وتم تصويرها بشكل ساخر بوصفها تعتمد على نحو مبالغ فيه على الرسوم المتحركة والنصوص المضيئة وإخطارات "صفحة تحت الإنشاء". علاوة على ذلك، فقد فرضت سمات واجهة المستخدم القياسية بواسطة المنصة نفسها - مثل علامة GeoCities المائية، المعروضة بشكل دائم في إطار المتصفح. وهذا بالتبعية، حفز المرحلة التالية من تطور الصفحة الرئيسية، التي أبرزت درجة أكبر من مبدأ الفردية في تصميم موقع الويب.

إذًا، بشكل عام، يمكن النظر إلى GeoCities بوصفه باكورة لمنصات شبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook. إنه وفر منصة قياسية موثوق بها لتطوير الصفحات الرئيسية أو الصفحات الشخصية، حتى بواسطة مستخدمين يتمتعون بقدر محدود نسبيًا من المهارات التكنولوجية؛ وبالتبعية، حققت نجاحًا هائلاً في جذب قاعدة مستخدمين ضخمة. ومن شأن منصات لاحقة أن تضيف وظائف تواصل اجتماعي وتحديث مستمرة إلى المزيج، غير أنه في منتصف التسعينات من القرن العشرين، كانت هذه السمات لا تزال متخطية للإمكانات التقنية لشبكة الويب العالمية الناشئة.

المرحلة الثالثة: **Dreamweaver** والعودة إلى مبدأ الفردية

أعطى توفير أدوات تصميم مواقع الويب القياسية، مع كونها أولية، بواسطة خدمات مثل GeoCities دلالة أولى على الاحتمالات المستقبلية. وتوفرت دوافع جديدة لتصميم

الويب مع إطلاق الإصدار الأول من برنامج تأليف الويب (غير المتصل بشبكة الإنترنت) Dreamweaver. ونما البرنامج، الذي طرحتهMacromedia في نهاية عام 1997، واستحوذت عليه Adobe بعد عقد، ليصبح حل تأليف ويب شامل، لكن حتى في إصداراته المبكرة، وفر وظيفة تحرير أساسية (تقوم على مبدأ "ما تراه هو ما تحصل عليه" WYSIWYG)، بحيث تمكّن المستخدمين الذين لا يمتلكون مهارات HTML من تطوير صفحات ويب نظيفة إلى حد معقول.

وتزامن ظهور Deamweaver كأداة تأليف محتوى مع تحول مهم آخر. وفرت الموجة الثانية من محركات البحث، بقيادة Google، والتي أطلقت لأول مرة في عام 1996، الآن تغطية أكثر شمولاً لمحتوى الويب من أدلة الويب كثيفة العمالة في منتصف التسعينات من القرن العشرين (هالافايس Halavais 2009). وبالتبعية، عنى هذا أن الانضمام إلى حلول استضافة مركزية مثل GeoCities أضحى أقل أهمية، بل إن حتى المواقع التي تتم استضافتها على مجالات مبهمة نسبيًا الآن أصبحت قابلة للاكتشاف بسلاسة. إبان النصف الثاني من تسعينات القرن العشرين، سجل عدد متزايد من الأفراد والمجموعات أسماء المجال خاصتهم، بدلاً من العمل من مجال فرعي أو دليل على موقع ويب خاص بمضيف ويب. ظلت استضافة مزودي الخدمة أمرًا مهمًا، لكنهم تراجعوا إلى الخلفية وسمحوا لعملائهم بإعادة توجيه أسماء المجال المملوكة من قبل المستخدم إلى مساحات ويب مستضافة (انظر أيضًا الفصل السابع عشر في هذا الكتاب، بقلم إندريك إبروس Indrek Ibrus).

وتمثلت النتيجة المجمعة لهذه التحولات في عودة إلى تنوع أكبر في مواقع الويب المصممة يدويًا والمؤلفة من قبل Dreamweaver عبر نطاق واسع من المجالات الفردية، في تكرار بعيد للمرحلة الأولى من الصفحات الرئيسية المعتمدة على الويب. وعلى الرغم من ذلك، أصبحت أدلة الروابط أقل أهمية مع ظهور مصطلح Googling"" (أو البحث في جوجل" كمرادف لمفهوم "البحث" كما ومتى هو مطلوب (انظر أيضًا الفصل الخامس عشر في هذا الكتاب، بقلم أليكس هالافايس Alex Halavais). ونتيجة للمرونة المتزايدة التي منحتها الإصدارات الأحدث من Dreamweaver وأدوات تأليف الويب الرسومية

المماثلة، اشتملت الصفحات الرئيسية في أواخر التسعينات من القرن العشرين على نطاق أوسع من النصوص والصور والسمات السمعية البصرية الأساسية عن صفحات رواد الويب المشفرة يدويًا التي أُنشِئَت في وقت مبكر من العقد. وطرح Dreamweaver، بدوره، أيضًا خصائصه الأسلوبية: اعتماد مفرط على عنصر "جدول" HTML لتنسيق الصفحات، على سبيل المثال، علاوة على تفوق أزرار الروابط وغيرها من العناصر الرسومية "الخاصة بالإضافة".

دلت الإصدارات الأحدث من البرنامج على تحول بارز في تصميم الويب والحضور الشخصي على الإنترنت، لتخطو الخطوات الأولى صوب الواجهات مع قواعد البيانات على الإنترنت لإتاحة تسليم محتوى الويب الديناميكي. وحتى إن كانت مدعومة بمضيفي الويب خاصتها، كان من شأن هذه الوظيفة أن تتخطى قدرات تصميم أكثر مستخدمي Dreamweaver العاديين. ومع تحول محتوى الويب الديناميكي والقابل للبحث إلى سمة مرغوب فيها على نحو متزايد لمواقع الويب، تحول التوازن من مواقع الويب الفردية إلى مزودي المواقع القياسيين مجددًا.

المرحلة الرابعة: المدونات والتحول إلى المرحلة الثانية من تطور الإنترنت

إن تصميم مواقع ويب حول بنية تحتية لقاعدة بيانات تحمل المحتوى الجوهري يتيح تطوير منطق بنيوي وواجهات مستخدمين مختلفة (مانوفيتش Manovich 2001). يمكن تزويد إمكانية الوصول إلى محتوى صفحة وفقًا لمجموعة من مبادئ التنظيم، على سبيل المثال وفقًا للعنوان أو الكلمات الرئيسية أو التاريخ أو المؤلف، ويصبح المحتوى قابلاً للبحث فيه بسلاسة؛ وينفصل تصميم الصفحة والمحتوى عن بعضهما البعض، بحيث يمكن تقييم المادة نفسها في مجموعة من سياقات الواجهات المتنوعة. علاوة على ذلك، فإنه إذا ما تم الحفاظ على البنية التحتية أو الأساس لقاعدة البيانات وواجهة موقع الويب من جانب مزود خدمة خارجي، يتمكن المستخدمون ببساطة من التركيز على تأليف المحتوى. وهذا يقلل المستوى المطلوب من المهارات التقنية بصورة أكبر، ومن ثم يوسع نطاق العدد المحتمل من المستخدمين الذين بمقدورهم أن يصبحوا نشطين كمنشئين للمحتوى.

كانت المدونات، التي ظهرت في أواخر التسعينات من القرن العشرين وحظيت بتقدير شعبي خلال الأعوام الأولى من الألفية الجديدة، النوع الأول من مواقع الويب السائدة لتقوم حول بنية تحتية مدفوعة بقاعدة بيانات (جوراك وآخرون Gurak et al. 2004؛ برونس Bruns وجاكوبس Jacobs 2006). وكما يُزعَم، انتزعت المدونات المكانة من مواقع الويب المصممة يدويًا باعتبارها الشكل المفضل للصفحة الرئيسية الشخصية خلال هذه الأعوام. وفي إطار القيام بهذا، غيرت المنطق الأساسي للصفحات الرئيسية (ووكر ريتبرج Walker Rettberg 2008): في وقت سابق، كانت مواقع الويب الثابتة مستودعات بسيطة نسبيًا للمعلومات الشخصية والمهنية، التي يتم تحديثها بشكل غير منتظم بمجهود ضخم، وتنظم في صورة مجموعة من الصفحات المترابطة. بالمقارنة، تتمثل السمة المميزة للمدونات في ترتيبها الزمني: إنها مبنية حول سلسلة من تحديثات الأنشطة المنتظمة على نحو قد يزيد أو ينقص قليلاً من جانب المدون، وتحيل معلومات الخلفية إلى عدد من الصفحات الثانوية، المتاحة عادةً من شريط جانبي على الصفحة الرئيسية للمدونة. لم يتطلب استخدام حلول استضافة المدونة، مثل LiveJournal أو Blogger، لإنشاء مدونة وإدارتها، من المؤلف أكثر بكثير من تسجيل الدخول وملء البيانات بالتفاصيل واختيار مجموعة منتقاة من قوالب التصميم الأساسية، والبدء في كتابة منشورات مدونة في برنامج تحرير معتمد على الويب أو غير متصل بالإنترنت معتمد على أسلوب "ما تراه هو ما تحصل عليه" (WYSIWYG). بالتبعية، أنشئ عدد كبير من المدونات (غير أنها عادة ما تم تجاهلها مجددًا) في غضون فترة زمنية قصيرة جدًا؛ في بعض الحالات، استجابوا فورًا للأحداث التي تمثل أخبارًا عاجلة مثل هجمات 11 سبتمبر 2011 في نيويورك وواشنطن العاصمة، أو كارثة إعصار كاترينا في نيو أورليانز (برونس 2006).

وعلى نحو مهم، نشرت المدونات وغيرها من مواقع الويب التي يتم تحديثها بانتظام مفهوم تغذية التحديث، المزودة على سبيل المثال بتنسيق RSS (really simple syndication)، الذي يضم عناوين واقتباسات وروابط بآخر التحديثات المنشورة على موقع الويب الخاص بالمدون (روثينبرج Rothenberg 2003). باستخدام الأدوات المجمِّعة مثل Google Reader، بات من الممكن الآن تنبيه القراء إلى التحديثات الجديدة

على عدد ضخم من مواقعهم المفضلة، من دون الحاجة إلى زيارة كل موقع من هـذه المواقـع بانتظام. علاوة على ذلك، مكّنَت تغذيات RSS محركات البحث العامة وأيضًا مزودي خدمات البحث والتجميع المتخصصة مثل Technorati من تعقب آخر تحديثات للمحتوى في مجـال المدونات في وقت يقترب من الوقت الحقيقي.

اعتمد اكتشاف المحتوى الجديد في المراحـل الـسابقة عـلى رجـوع محركـات البحـث إلى موقع قائم بهدف إعادة فهرسـة أحـدث محتوياتـه، غـير أنـه يُمكـن إخطـار هـذه المحركـات بفعالية بالمادة الجديدة التي تحتاج لإضافتها إلى فهارسها (لاسيكا Lasica 2003).

لقد اتسمت مراحل التطور الأسبق بغياب نسبي لفهـارس المحتـوى الموثـوق بهـا. لكـن الآن أشارت الوفرة الهائلة للمحتـوى القابـل للاكتـشاف إلى أن المـدونات الفرديـة قـد تواجـه صعوبة في أن تصبح معروفة وسط أقرانها. نتيجة لـذلك، ظهـرت "قائمـة الـروابط" مجـددًا في صورة "قوائم مدونة" و"حلقات ويب": وتعني على الترتيب، قوائم فردية من مواقـع المدونـة المفضلة للمدون، أو الأدلة المنسقة لمجتمعات التدوين المرتبطة من حيث الفكرة الرئيسية أو الموضوع أو من أي ناحية أخرى. تشكل مثل تلك العناصر - التي عـادةً مـا توضـع في شريـط جانبي أو صفحة ثابتة على المدونة نفسها - بشرى إضافية على منـصات التواصـل الاجتماعـي التي ظهرت إبان السنوات الأخيرة من الألفية الحالية: يمكن فهمها باعتبارها محاولات بسيطة مولدة من قبل المستخدم لإظهار شبكة أصدقاء المدون وأقرانـه. بالفعـل، حاولـت الدراسـات الأولى، بل وحتى بعض الدراسات الأخيرة، لعوالم المدونات الوطنية والدولية بوضـوح تخطـيط الشبكات الاجتماعية المشكلة عبر روابط قائمة المدونة (انظر مثلاً أداميك Adamic وجلانـس Glance 2005؛ وبارك Park وثيلوول Thelwall 2008؛ وهايفيلد Highfield 2009).

اتخذت التطورات الأخيرة مجددًا رد فعل ضـد النطـاق المحـدود نـسبيًا لإضـفاء الطـابع الشخصي على المدونة والذي وفرته منصات المدونة الموحدة أو القياسية. وأضيف نطاق أوسع من قوالب التصميم لحلول الاستضافة، مثلما أضيفت بدائل متعددة مفتوحة المصدر وتجاريـة، والتـي كـان المـستخدمون قـادرين عـلى تثبيتهـا عـلى خـوادمهم أو منـصات استـضافة

المحتوى التجارية خاصتهم. على سبيل المثال، يدير WordPress مضيف المدونة الجاهز للاستخدام WordPress.com كما يوفر حزمة تدوين مفتوحة المصدر للتثبيت على الخادم الخاص بالمستخدم عبر WordPress.org. هذا وتتقدم عدة حلول تدوين أحدث فيما وراء التدوين في حد ذاته (في أبسط صورها، عرض المنشورات التي تحمل ختمًا زمنيًا بتسلسل زمني عكسي) وتعمل بدلاً من ذلك كنظم إدارة محتوى رئيسية. نتيجة لذلك، فإنها تجمع بين سهولة الاستخدام والتنظيم البنيوي للتدوين مع مرونة وتنوع التطبيقات التي نجدها في مواقع الويب الأكثر تقليدية والمصممة خصيصًا (وإن كانت فقط للمستخدمين الذين يملكون إمكانات التصميم والتطوير اللازمة للاستغلال الكامل لها).

المرحلة الخامسة: التواصل الاجتماعي - أنت ما تغرده

منذ منتصف الألفية الأخيرة، قد استمر التطوير في تحويل التوازن بعيدًا عن الحضور الشخصي إلى التواصل الاجتماعي على الإنترنت. ومضت المدونات والأشكال الأخرى من مواقع المرحلة الثانية من تطور الإنترنت الشخصية بالأساس في دعم إنشاء موقع على نمط صفحة رئيسية يضم معلومات وتحديثات شخصية، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook وTwitter رسخت هذا الحضور الشخصي بشكل مباشر في شبكة واسعة ومعقدة من "علاقات" النظراء بالنظراء. وفي هذا التحول من الشخصي إلى الاجتماعي، يمكن وضع شبكة التواصل الاجتماعي المبكرة MySpace، التي تم إطلاقها في عام 2003، عند النقطة المتوسطة. إنها وفرت نطاقًا للمستخدمين لتعديل صفحاتهم الرئيسية الشخصية وتخصيصها في إطار نظام MySpace، إلى حد أن نطاقًا واسعًا جدًا من الأساليب والتصميمات كان قادرًا على التعايش على المنصة. كما قدمت أيضًا إمكانية وظيفية مهمة للمستخدمين الأفراد للتواصل وبناء الصداقات وتبادل الرسائل مع بعضهم البعض.

بالمقارنة، يقدم الرائد العالمي الحالي في مواقع التواصل الاجتماعي، Facebook، الذي تم إطلاقه في عام 2004، واجهة أكثر انسيابية بكثير توفر فرصًا أقل للمستخدمين لتعديل مظهر الموقع. وبمقدور المستخدمين تغيير معلوماتهم الشخصية وتعيين انتماءاتهم واهتماماتهم، فضلاً عن ربط العديد من التطبيقات على الموقع بصفحتهم الشخصية، إلا أنهم لا

يملكون السيطرة على خيارات التصميم الرئيسية. ومع ذلك، فإن إمكانية Facebook الوظيفية الخاصة بإعلان الأشكال المختلفة من الصداقة والتعارف بين المستخدمين ووصفها، ولتشكيل مجموعات ومجتمعات حول اهتمامات وشئون مشتركة معينة، تتخطى بكثير تلك التي يمتلكها MySpace. من ثم، يمكن النظر إلى هذا المزيج من المرونة الاجتماعية وتصميم واجهة مستخدم انسيابية موثوق بها باعتباره عاملاً مهمًا في نجاح Facebook غير المسبوق.

هذا ويقلص Twitter، بدوره، الصفحات الشخصية على الموقع الخاصة بمستخدميه إلى بقايا بدائية. إن صورة على صفحة شخصية ودعاية شخصية مقيدة بعدد معين من الحروف وخلفية صفحة قابلة للتعديل ونظام ألوان هي كل ما تبقى متاحًا لهم للتعبير عن أي حضور شخصي دائم. بالفعل، على Twitter، يكون المستخدمون هم ما يغردونه ومن يتواصلون معهم. وتتمثل الدلالات المحورية لهويتهم الشخصية في ما قد نشروه مؤخرًا، ومن هم المستخدمون الآخرون الذين يتابعونهم هم ومن من المستخدمين يتابعهم. في واقع الأمر، حتى هذه الأشكال من التواصل تعد مبسطة على نحو مفرط، إذ أصبحت "الصداقة" خيارًا ثنائيًا لا يحتاج المزيد كي يكون مؤهلاً للقبول. إذًا، عند النظر إليه بشكل منفصل، نجد أن Twitter يمثل شبكة اجتماعية تربط بين كيانات تواصلية تُعرَف بالكامل من خلالها أفعالها التواصلية وحدها (برونس Bruns 2011).

تطويرات مستقبلية في الديناميكية الشخصية/الاجتماعية

بعد انتقاله خارج نطاق الصفحة الرئيسية، وفي بعض الحالات تجاهله لها تمامًا، ينتشر الحضور الشخصي الفردي الآن عبر نطاق من المنازل، ويوجد في التشابكات بينها. على سبيل المثال، مع أنها تفتقد لأي صفحة شخصية مفصلة في الموقع، فبوسع مستخدمي Twitter تضمين رابط دائم بصفحتهم الرئيسية أو مدونتهم أو صفحة Facebook خاصتهم. ويمكن أن تضمن المدونات والمواقع الشخصية الأخرى آخر تحديثات Twitter أو Facebook الخاصة بالمستخدم، علاوة على أحدث مواد منشورة على مساحات وسائل الإعلام الاجتماعية الأخرى من del.icio.us حتى YouTube. لقد استمر

تزايد مساحات التواصل الاجتماعي، مثلما شوهد من خلال انطلاق محاولة Google الثانية عام 2011 في مجال التواصل الاجتماعي، Google+. وبالنظر إلى الحضور المستمر لعدد من المنصات السابقة، التي تتنوع ما بين المكتفين بالصفحة الرئيسية المشفرة يدويًا إلى المدونين الشخصيين والمهنيين الناجحين الآن، يبدو واضحًا أنه لا يمكن النظر إلى موقع ويب أو منصة على هذه الشاكلة على حدة.

ويتم تشجيع مثل تلك التطويرات بصورة مباشرة من جانب مزودي منصات الإعلام الاجتماعي الرائدة، التي تقدم أزرار "أعجبني" على Facebook و"غرد هذا" على Twitter. بالإضافة إلى ذلك، فإن مطوري أدوات العميل/الخادم متعددة المنصات يمكنون المستخدمين من نشر محتوى مماثل أو مشابه على نطاق واسع من منصات التواصل الاجتماعي. وتتيح تلك الإمكانية الوظيفية وتعقد الاحتفاظ بشخصيات مختلفة على منصات متباينة، من (على سبيل المثال) مدونة الاهتمام الشخصي عبر شبكة الأصدقاء الاجتماعية على Facebook إلى حضور مهني على Twitter: تسمح للمستخدمين بتوجيه أشكال معينة مباشرة من المحتوى فقط إلى مجموعات منتقاة من المتلقين، ولكنها في الوقت نفسه تؤسس بيئة إعلامية مترابطة بشكل معقد يصبح فيها إجراء فصل محكم بين الذات العام للمرء وذاته الخاصة عملية أكثر صعوبة.

وبدراسة التأرجح بين المواقع المصممة حسب الطلب والمضفى عليها الطابع الشخصي والمساحات القياسية الانسيابية التي قد لاحظناها خلال المراحل المبينة آنفًا، قد نتوقع بعد ذلك أن نرى دفعة مجددة نحو مزيد من التنوع مرة أخرى، فيما وراء نماذج "مقاس واحد يناسب الجميع" التي تتجسد من خلال Facebook وTwitter. وقد ظهرت بالفعل مجموعة من منصات التواصل الاجتماعي المتخصصة، مثل Ning. وهي تمكِن المجتمعات الأصغر من المستخدمين من تطوير مساحة مشتركة للصفحات الشخصية والتواصل الاجتماعي خارج الشبكات الاجتماعية العامة البارزة. ومع ذلك، ففي الوقت نفسه، قد يُنظَر الآن إلى الإمكانية الوظيفية المضمنة التي يقدمها الآن قادة السوق مثل Facebook وTwitter كمحاولة لتفادي أي رحيل محتمل للمستخدمين، أو

انخفاض المشاركة في الشبكات العامة، الذي قد ينجم عن ظهور بدائل خارج الموقع. على نحو متزايد، ستتيح لهم الإمكانية الوظيفية المضمنة التي بدأت هذه المواقع العامة توفرها تعديل وضعهم كمزودي شبكة بنية تحتية لمواقع مستقلة ظاهريًا، بالنحو نفسه الذي يعد به YouTube مضيف محتوى بنية تحتية ربما يتم تضمين الفيديوهات خاصته في أي موقع ويب خاص.

وسيتمثل مردود تلك التطورات بالنسبة لكل من Facebook وTwitter في أنها ستظل مستودعات مركزية للمحتوى المنتج بواسطة المستخدم وصور التواصل الاجتماعي والصفحات الشخصية. أما الفائدة بالنسبة للمستخدمين، فستتمثل في أنه لن تكون ثمة حاجة لأن تتم المشاركة فقط عبر مواقع الويب بهذه الشبكات الاجتماعية العامة (أو عبر برنامج عميل يربط بها). علاوة على ذلك، فإنها ستصعب مهمة الاحتفاظ بهويات مختلفة مهنية وشخصية، كما ستحجب مسارات النشاط التي قد تولدها المشاركة على مواقع خارجية معينة على منصات التواصل الاجتماعي العامة هذه.

في الحقيقة، يتمثل انتقاد رئيسي موجه لتلك التطويرات في أنها ترسخ الاستحواذ غير المراقب بشكل ضخم إلى حد بعيد جدًا على الصفحات الشخصية وأنشطة التواصل الاجتماعي من قبل شركة خاصة. إن نموذج العمل الرئيسي لـ Facebook يتمثل في تحويل "المخطط الاجتماعي" الذي قد بناه مستخدموه إلى أموال. (ينطبق الأمر نفسه على Twitter، إلى حد أنه قد طور نموذج عمل بالأساس). غير أن القيام بهذا يتعارض بالضرورة مع حقوق المستخدمين في الخصوصية وملكيتهم لمعلوماتهم ومحتواهم الشخصي. بتحول خدمة مثل Facebook إلى طبقة بنية تحتية عامة للتواصل الاجتماعي لشبكة الويب العالمية، فإنها سترسخ وضعها بصورة أكبر، مما سيزيد من صعوبة تطوير بدائل لمراقبة والتحكم في كيفية استخدام البيانات الشخصية عن أفعال المستخدمين وهوياتهم. وهذه بالطبع ليست مشكلة قاصرة على Facebook وحده، ولكنها تنطبق على أية منصة تواصل اجتماعي لديها مطامح لانتزاع مكانه.

يظهر العرض الموجز للمسار التاريخي بدءًا من الصفحات الرئيسية الأولى المشفرة

يدويًا مرورًا بنطاق من الحلول المتوسطة لمنصات التواصل الاجتماعي الضخمة اليوم عددًا من القوى المتناقضة الفاعلة. وتتصادم الرغبة في سيطرة أكبر على تصميم المواقع الفردية وبنيتها مع مزايا سهولة الاستخدام وواجهات المستخدم القياسية الموحدة المتاحة من منصات سائدة. وتصمد الصفحات الشخصية الفردية أمام الشبكات الاجتماعية واسعة النطاق أو تُكتسَح من جانبها لتعيين "صداقة" والتواصل مع مستخدمين آخرين كعقد في شبكة أضخم. وتتصادم الحاجة للاحتفاظ بالسيطرة على البيانات والمحتوى الشخصيين وملكيتهما مع الدافع لمشاركة المعلومات وتبادلها بهدف المشاركة بصورة كاملة في بيئات التواصل الاجتماعي. إن من الصعوبة بمكان الاحتفاظ بشخصيات فردية متجزأة لأغراض تواصلية وسياقات اجتماعية معينة في بيئة وسائل إعلام مترابطة بشكل متزايد. وما زالت هذه التناقضات معلقة لم يتم البت فيها، ويتحتم مخاطبتها بالأساس عن طريق تطوير منصات تكنولوجية ومساحات تواصلية واستراتيجيات شخصية تضع نفسها في موضع يقترب قليلاً من طرف أو آخر من أي من هذه القيم المتناقضة. إذًا، فإن أي تطور مستقبلي على نحو يتجاوز مراحل التطور المبينة هنا من المرجح بالمثل أن يعود إلى النماذج التواصلية التي تم طرح أمثلة عليها خلال تلك المراحل، إذ إنه يهدف لاستكشاف توليفات جديدة من هذه الإعدادات المتاحة. كما ستضمن الطبيعة متعذرة الحل أصلاً لصور التباين والتعارض الكامنة في صميم تحدي الموازنة بين الهوية الشخصية والاجتماعية أنه لن يظل حل واحد بمنأى عن الجدل والنزاع لفترة طويلة. وتظل هذه مساحة ديناميكية متغيرة تمامًا.

ملاحظات

1. www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/ TheProject.html.

المراجع

Adamic, L. and Glance, N. (2005) "The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog." *Blogpulse* (March 4). http://nielsen-online.com/downloads/us/buzz/wp_PoliticalBlogosphere_Glance_2004.pdf.

Berners-Lee, T. (2000) *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web*. New York: HarperCollins.

Bruns, A. (2006) "The Practice of News Blogging" in A. Bruns and J. Jacobs, eds., *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang, pp. 11-22.

Bruns, A. (2011) "*AdHoc* Innovation by Users of Social Networks: The Case of Twitter." Paper presented at the Challenge Social Innovation Conference, Vienna, Austria (September 19-21). http://snurb.info/files/2011/Ad %20Hoc%20 Innovation%20by%20Users%20of%20Social%20Networks.pdf.

Bruns, A. and Jacobs, J., eds. (2006) *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang.

Fernback, J. (2004) "Community as Commodity: Empowerment and Consumerism on the Web" in M. Consalvo, N. Baym, J. Hunsinger, et al., eds., *Internet Research Annual*: *Selected Papers from the Association of Internet Researchers, 2000-2002, Volume 1*. New York: Peter Lang, pp. 224-230.

Gurak, L.J., Antonijevic, S., Johnson, L., et al., eds. (2004) *Into the Blogosphere*: *Rhetoric*, *Community*, *and Culture of Weblogs*. http://blog.lib.umn .edu/blogosphere /visual_blogs.html.

Halavais, A. (2009) *Search Engine Society*. Cambridge: Polity.

Highfield, T.J. (2009) "Which Way Up? Reading and Drawing Maps of the Blogosphere." *Ejournalist*, 9(1), 99-114.

Lasica, J.D. (2003) "News that Comes to You: RSS Feeds Offer Info-Warriors a Way to Take the Pulse of Hundreds of Sites." *Online Journalism Review* (January 23). www.ojr.org/ojr/lasica/1043362624.php.

Manovich, L. (2001) *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Park, H.W. and Thelwall, M. (2008) "Developing Network Indicators for Ideological Landscapes from the Political Blogosphere in South Korea." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), 856-879.

Reid, R.H. (1997) *Architects of the Web: 1000 Days That Built the Future of Business*.New York: John Wiley & Sons. 426 *Axel Bruns*

Rheingold, H. (2000 [1993]) *The Virtual Community*: *Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge, MA: MIT Press.

Rothenberg, M. (2003) "Weblogs, Metadata, and the Semantic Web." Paper presented at the Association of Internet Researchers Conference, Toronto, Canada (October 16).

Shechmeister, M. (2009) "Ghost Pages: A Wired.com Farewell to GeoCities." *Wired.com* (November 3). www.wired.com/rawfile/2009/11/geocities.

Walker Rettberg, J. (2008) *Blogging*. Cambridge: Polity.



المعرفة والأجيال الجديدة

الفصل التاسع

مجموعة أدوات وسائل الإعلام الجديدة

مارك بيسك Mark Pesce

مقدمة: عصر الاتصال

لقد استخدم علماء الإنسانيات مفردة "مجموعة أدوات" (Toolkit) لوصف مجموعة من التقنيات التي تصاحب تجمعًا معينًا من البشر. منذ خمسين ألف عام، كانت مجموعة الأدوات هذه لتشمل معدات حجرية من أنواع مختلفة، جنبًا إلى جنب مع عناصر مصنوعة من العظم وربما بعض المنسوات القديمة. وقبل خمسة آلاف عام مضت، تدفقت مجموعة الأدوات بابتكارات في الزراعة والتحضر والنقل والثقافة. ومنذ خمسمائة عام، بدأت مجموعة الأدوات هذه تبدو حديثة بشكل ملحوظ، مع الصحافة المطبوعة والبارود والفولاذ والسفن الحربية الضخمة. منذ خمسين عامًا، كان بوسعنا أن نعثر على قدر كبير من ثقافتنا الشعبية ضمن تلك المجموعة من الأدوات، مع استثناء واحد ملحوظ، ابتكار لم يبدأ في الظهور بأي أرقام حتى خمس سنوات مضت. وتعد مجموعة الأدوات الأحدث هذه، التي يميزها المصطلح المبهم بشكل متعمد "الإعلام الجديد/وسائل الإعلام الجديدة" (مبررًا ملاحظة ماكلوهان 1964(McLuhan) التي مفادها أن المحتوى الأول

من الوسيلة الجديدة هو الوسيلة التي تتقادم أو تزول، بما يتوقف مع اسمها)، تعد مجموعة الأدوات الجديدة هذه بإعادة هيكلة العلاقات الثقافية البشرية على نطاق واسع مثل التزريع أو التحضر أو التصنيع.

وتكمن جذور التحول الحالي في إطار الثورة الحضرية وتجمع البشر داخل مدن، وهي عملية بدأت منذ قرابة عشرة آلاف عام ولكن لم يكتمل سوى نصفها فقط. من المرجح أن النموذج القبلي للنظام البشري - المتزامن مع ظهور Homo sapiens sapiens أو الإنسان العاقل - بدأ يتحطم تحت الضغوط التي أدخلها ظهور ممارسات زراعية. تقود الزراعة إلى سكان قليلي الحركة ذوي معدلات مواليد أعلى، وبالتالي أثمر عن نسب تركيز أكبر للبشر مما قد كان قابلًا للاستدامة حتى ذلك الوقت. وسرعان ما تجاوزت هذه المراكز السكانية القدرة البشرية على نمذجة سلوك الأقران مثلما تم التعبير عنه في Dunbar's Number (دونبار Dunbar 1992)، ومن خلال قيامها بذلك، دفعت ابتكارات في مجموعة الأدوات البشرية الرامية إلى الحفاظ على الاستقرار والأمان ضمن بيئة من الغرباء. قبل الثورة الحضرية، كانت الثورة الثقافية محكومة بالأعراف؛ وفيما بعد، باتت محكومة بالقانون، وكل ما ينطوي عليه ذلك القانون: سلطات منح القانون وشرطة إنفاذ القانون والمحاكم والسجون والمحامين. وتعد هذه الفجوة بين العرف والقانون هي الثغرة الأكثر وضوحًا بين ثقافات الصيد وجمع الثمار والحضارة الزراعية-الحضرية، لتشكل مصدرًا للمضايقة المستمرة بينهما.

وأشار مارشال ماكلوهان Marshal McLuhan(1964) أولاً إلى أثر إعادة الاتحاد على أساس قبلي للتقنيات الإلكترونية؛ فهي تهدم المساحة إلى نقطة، لتعيد على نحو فعال إنتاج الوعي المستمر المحيط (السمعي) بالقبيلة. إن القبيلة مترابطة تمامًا. ويتمتع كل أعضائها بإمكانية وصول مباشرة لبعضهم البعض؛ ثمة تسلسل محدود - بدلاً من ذلك، هناك مجموعة معقدة من العلاقات الاجتماعية. يفهم الجميع تمامًا موضعهم، وأن ذلك الموضع يتعزز على الدوام بفعل أفراد القبيلة الآخرين. إن المجتمع القبلي ثابت، بمعنى أنه مستقر، على مدار فترات زمنية طويلة - على الأقل عشرات الآلاف من الأعوام.

إن المجتمع الحضري ديناميكي؛ المشارك الرئيسي فيه هو الفرد (الذي عادة ما تدعمه وحدة أسرية ممتدة)، الذي يعمل من أجل بناء وتوسيع نطاق مجموعة علاقات اجتماعية تحسِّن ظروفه الخاصة (بلغة علم الاجتماع، أهلية الانتقاء). وكنتيجة للأفعال المستمرة للشبكة الديناميكية من المشاركين، فإن تاريخ المدينة هو تاريخ الأزمة. لم يحتفظ سوى عدد ضئيل جدًا من الحضارات بأي نوع من الاستقرار لفترة تزيد عن بضع آلاف من الأعوام. مرت مصر والصين والهند وروما والمايا والإنكا بتجارب كل من ذروة الصعود إلى السلطة وكذلك الانهيار المروع إلى حد الهلاك. تعكس شكوك فترة ما بعد الحداثة، بطابعها التنبؤي الأساسي، عدة آلاف من سنوات الصعود والهبوط الحتمية التي لا مفر منها.

يجري عصر الاتصال الآن جنبًا إلى جنب مع هذه العصور المبكرة في تاريخ البشرية. إننا نتحد قبليًا في خضم التحضر المتصاعد. ويواجه التفرد الديناميكي المتغير للمدينة الامتثال الثابت للقبيلة. وهذا الخلاف الأساسي يشعل وقود ثقافة القرن الحادي والعشرين، وسيستمر في توليد كل من الحرارة والضوء للجيل التالي على الأقل. إن السلوك البشري والمعتقدات والعلاقات البشرية جميعها تعيد تنظيم نفسها حول إمكانية الاتصال. من ثم، فمن هنا يتعين علينا أن نبدأ تحليلنا لمجموعة الأدوات.

إمكانية الاتصال الفائق

كم عدد الأشخاص الذي يمكن لفرد بعينه على وجه الأرض الوصول إليهم مباشرةً؟ قبل الثورة الحضرية، كان لتلك القيمة عدد أكبر أو مساوٍ في رقم Dunbar. ويضع هذا الرقم حدًا وظيفيًا على حجم جماعة (قبيلة) الأناس العاقلين. تنقسم الوحدات البشرية الأضخم من هذه إلى شعبتين على طول خطوط العلاقات والتواصل. تتحول قبيلة من الاستقرار إلى التقلب، وتنقسم إلى اثنتين. في التحول إلى المدينة، طورت البشرية آليات أخرى للتواصل من أجل تعويض افتقارها للإمكانية المعرفية؛ ميلاد الكتابة التي نشأت مباشرةً من الضغط المعلوماتي والتواصلي للمجتمعات الكثيفة.

إن المدينة هي شبكة بقدر كونها محل إقامة، بل وربما حتى بدرجة أكبر. فهي تشمل أحياء - أدمجت القبلي ضمن الحضري - والتي، بتجميعها معًا، تشكل المجتمع المدني

الأضخم للحاضرة أو العاصمة. ويرتبط كل حي من هذه الأحياء ارتباطًا وثيقًا (كلما زاد قدم المدينة، زاد قدم الحي، وزاد احتمال أن يكون هذا صحيحًا) ويحتفظ كل منها بارتباطه بالأحياء المجاورة والكيان الحضري الأضخم. وفيما قد يكون للمرء إمكانية اتصال مباشر وفوري بمائة وخمسين عضوًا بقبيلة، يتمتع الفرد بقدر ما من إمكانية الاتصال المتوسطة بآلاف أو عشرات الآلاف داخل مدينة. يمكن توصيل رسالة إلى الجانب الآخر من مدينة عبر سلسلة من الوسطاء، "درجة الانفصال" التي استكشفها ستانلي ميلرجام (Stanley Milgram 1967).

حتى الحقبة الحديثة، توقفت إمكانية الاتصال البشرية عند أعتاب المدينة. كان نذر قليل جدًا من الأفراد أو المؤسسات، القادرين على تحمل تكلفة مبعوثيهم، هم من بإمكانهم توقع التمتع بإمكانية اتصال على نحو يتخطى قيود منطقة حضرية معينة. وسعت الخدمات البريدية نطاق إمكانية التواصل هذه في إطار حدود الدول القومية الناشئة في ذلك الوقت، بثمن جعل إمكانية التواصل متاحة بتكلفة ميسورة للطبقات العاملة الجديدة.

إن التلغراف منح إمكانية الاتصال مدى عالميًا، وقلص الوقت اللازم لنقل الرسائل من أشهر إلى دقائق. غير أن التلغراف كان مركزيًا بصورة هائلة؛ حتى التبني واسع النطاق للتليفون، وبعد قرابة 50 عامًا، ظل التواصل الفوري الشخصي غير عملي.

وفر الهاتف الأرضي إمكانية اتصال مباشرة فورية عالمية، ولكن بمكان لا بشخص. فإن لم تكن في نطاق هاتف أرضي، فإنك لا تجني أية فائدة من إمكانية الاتصال خاصته. وحتى على ذلك النحو، كانت جاذبية إمكانية الاتصال كافية إلى حد أنها دفعت بالهاتف الأرضي إلى قرابة مليار مكتب ومسكن على مدار القرن العشرين. احتل الهاتف الأرضي سطح الأرض بأكمله أينما يمكن تحمل تكلفة بنيته التحتية. وولد هذا وضعًا (عاكسًا لكثيرين آخرين) حيث كان ثمة "ميسرون" متصلون و"معسرون" غير متصلين.

ينشر الهاتف المحمول إمكانية الاتصال مباشرةً بالشخص. وينتج الهاتف المحمول ظاهرة قابلية المخاطبة البشرية المباشرة. وهو عبارة عن جهاز شخصي على نحو متأصل؛ ويرتبط كل هاتف محمول وشريحة SIM بشخص واحد. ومع هذا الابتكار الواحد، تتسع

الفجوة بين الأشكال التنظيمية القبلية والحضرية. يكون كل شخص متصلًا بشكل مباشر، كما في القبيلة، ولكن بأعداد ضخمة بشكل غير معروف، كما في المدينة.

لقد شهد العقد المنصرم انتشارًا متسارعًا لقدرة قابلية المخاطبة البشرية المباشرة. كان من المتوقع أن يصل عدد مشتركي الهواتف المحمولة إلى نحو ستة مليارات مشترك في يونيو 2011 (Wireless Intelligence 2011). كان لدى قرابة 10 بالمائة من هؤلاء الأفراد أكثر من اشتراك واحد، وهي ظاهرة في طريقها لأن تصبح مألوفة في بقاع الأرض الأكثر ثراءً. وعنى هذا أنه كان ثمة نحو 5,4 مليار فرد قابل للمخاطبة بشكل مباشر على ظهر البسيطة، أفراد يمكن الوصول إليهم بالسلاسل الصحيحة من الأرقام.

يمكن حساب مستوى قابلية المخاطبة البشرية المباشرة للسلالة بالكامل كنسبة إجمالي عدد المشتركين إلى إجمالي عدد سكان العالم:5 400 000 000 : 6 900 000 000، أو 0.7826. ومع انتقالنا بصورة أكبر إلى داخل القرن الحادي والعشرين، سيصل هذا الرقم إلى 1.0: وسيكون كل الأفراد، أثرياء أو فقراء، شباب أو مسنين، خريجين جامعيين أو أميين، متصلين ببعضهم البعض عبر الشبكة. وهذا النوع من إمكانية الاتصال ليس غير مسبوق فحسب، كما أنه ليس مجرد سمة مميزة في التاريخ البشري. هذا هو نوع التغير النوعي الذي يقود نحو إعادة تنظيم جوهرية في الثقافة البشرية. ويمكن الإشارة إلى الذروة المنطقية في النمو في إمكانية التواصل البشرية من القبيلة السمعية إلى التليفون الأرضي، بمصطلح "إمكانية الاتصال الفائق"(Hyperconnectivity) ، نظرًا لأنه يمثل التضخيم المطلق لكل الخصائص ما قبل الموجودة في التواصل البشري، بحيث يوسعها إلى الوجود المطلق والآنية بسرعة الضوء.

بمقدور كل شخص الآن الاتصال بصورة مباشرة بما يربو على ثلاثة أرباع السلالة البشرية. ربما لا نختار القيام بهذا، غير أن شبكاتنا من الاتصالات البشرية تتداخل (مثلما أظهر ميلجرام Milgram)، ومن ثم، لدينا دائمًا خيار القفز عبر شبكتنا من الاتصالات، ليعيق الدرجات المتعددة من الفصل، لإجراء الاتصال. أو يمكننا ببساطة الانتظار بينما تجلب لنا إمكانية الاتصال هذه، التي تتقدم عبر الشبكات، جميع من في العالم.

التوزيع الفائق

ماذا يحدث بعد أن نصبح جميعًا متصلين؟ وللوصول إلى إجابة عن هذا السؤال، حرى بنا أن نعيد النظر إلى الشبكة البشرية الأصلية، اللغة. إن إمكانيتنا اللغوية المرنة للغاية تسمح لنا بصياغة مفردات وأوصاف لأي شيء حقيقي أو خيالي، لتنتقل بالتجربة من ذهن إلى ذهن. وتكفل لنا اللغة تشكيل روابط اجتماعية والحفاظ عليها وتعزيزها (دونبار Dunbar 1998) في آلية مشابهة لـ "سلوكيات العناية الشخصية" الخاصة برتبة الرئيسيات. وتذكرنا أصوات الآخرين بأننا ننتمي إلى وحدة اجتماعية متماسكة، أننا آمنون ومحميون.

تمتلك غالبية الثدييات مخزونًا من الإشارات الصوتية التي تستخدمها في الإشارة إلى الخطر. وبإمكان البشر أن يتحروا الدقة بشكل مذهل، كذلك، على الرغم من كون هذا مهمًا في لحظات الخطر المباشر، تعمل اللغة بالأساس كوسيلة للإرسال الثقافي: لا تأكل هذا النبات؛ لا تسر عبر هذا النهر؛ لا تتحدث وفمك ممتلئًا. ويمنح هذا الإرسال اللغوي للثقافة البشرية عمقًا غير معروف عند الحيوانات الأخرى. إن اللغة وسيلة توزيع، آلية لتقليد أو تكرار تجربة شخص واحد عبر مجتمع. ويمنح نشاط التكرار هذا ميزة انتقاء هائلة: ستكون المجتمعات التي تتشارك ما تعرفه قد زادت من أهلية الانتقاء خاصتها في مقابل المجتمعات التي لا تفعل ذلك، من ثم، تصبح هذه النزعة السلوكية نحو التشارك علامة مرتبطة بعلم التخلق أو ما فوق الجينات دالة على السلالة البشرية ومستمرة ومحفوظة عبر جميعها. وكنتيجة لذلك، ستتمتع أية ثقافة تطور آليات جديدة فعالة لمشاركة المعرفة بأهلية انتقاء أكبر من ثقافات أخرى لا تفعل ذلك، لتجبر تلك الثقافات الأقل أهلية نسبيًا إما أن تتبنى الابتكار، بغية الحفاظ على نفسها، أو أن تجد نفسها مدفوعة نحو أقصى أطراف الوجود البشري.

وكنتيجة لذلك، يدفع ضغطا انتقاء البشر نحو إمكانية اتصال لغوية: رغبة الأفراد في الاتصال لأجل سلامتهم ورغبة المجتمع في زيادة أهلية انتقائه الجماعية، لأجل جدواه طويلة الأجل. وضغطا الانتقاء المتشابهان هذان يجعلان البشر اجتماعيين على نحو

استثنائي، جزء "الغريزة الاجتماعية" من القالب البشري الأساسي. إن البشر ليسوا بحاجة لتعلم مشاركة معرفتهم بالعالم من حولهم. ويأتي هذا بحرية وعلى نحو غريزي. يضع التكيف الاجتماعي أو الاندماج في المجتمع عوائق طبيعية حول هذه المشاركة. وتكون مثل تلك العوائق مضخمة ومفصولة في حضور إمكانية الاتصال الفائق.

حينما يكون البشر ممكنين من الاتصال بشكل فائق عبر الهاتف المحمول، يظهر تلخيص لـ "سلوكيات العناية الشخصية" على الفور. لاحظ ميزوكو إيتو Mizuki Ito، في "شخصي، محمول، مترجل" الهواتف المحمولة في الحياة اليابانية "Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life (إيتو وآخرون Ito et al. 2000)، سلوك المراهقين اليابانيين الذين يبعثون بمئات الرسائل النصية يوميًا إلى حلقة مقربة من الأصدقاء، وهي رسائل تفتقر إلى المعنى العرضي المهم وتعمل فقط كطمأنة بالحضور، حتى على بعد؛ وأطلق إيتو Ito على هذه الظاهرة "الحضور المشترك". وبات السلوك الذي لاحظه إيتو Ito بين المراهقين اليابانيين شائعًا الآن بين المراهقين داخل العالم المتطور: يرسل المراهقون الأمريكيون ما يزيد عن 3000 رسالة نصية شهريًا (لينهارت Lenhart 2012).

وبوصفنا متصلين على نحو فائق عبر الهواتف المحمولة وربما عبر البريد الإلكتروني، فإننا نشهد مرارًا وتكرارًا ظاهرة معتادة: بدء شخص حديث العهد بالوسيط في "المشاركة المفرطة"، بإرسال نكات بذيئة وصور فوتوغرافية لطيفة لحيوانات مكسوة بالفراء، فضلًا عن الرسائل المتسلسلة العارضة. هذه هي غريزة المشاركة التي أدركتها إمكانية الاتصال الفائق وضخامتها، لتنتج إمكانية إرسال شيء ما في كل مكان على الفور: "التوزيع الفائق" (Hyperdistribution).

إن الصور الفوتوغرافية المحرجة والرسائل النصية التي تنطوي على خيانة ("الرسائل النصية الجنسية" و"التسجيلات الصوتية المدمرة" التي يتم إرسالها مرارًا وتكرارًا عبر كل آليات إمكانية الاتصال الفائق هي أمثلة للتوزيع الفائق. عندما تواجه أية أداة رقمية إنسانًا متصلًا على نحو فائق، تنتشر تلك الأداة عبر شبكته، ما لم تكن قابلة للرفض أو الاعتراض عليها إلى حد أنها مراقبة، أو عادية للغاية لدرجة أنها لا تحفز أي رد فعل. إن الغريزة

البشرية تتمثل في مشاركة ذلك الذي يثير اهتمامنا مع هؤلاء الذين نحن متصلون بهم، من أجل تدعيم علاقاتنا وزيادة مصداقيتنا داخل شبكة العلاقات خاصتنا (كلا الملخصين للطبيعة المزدوجة لسلوكيات المشاركة البشرية الأصلية).

يبقى سلوك المشاركة الغريزي للبشر قويًا تمامًا مثلما كان في أي وقت مضى، غير أنه قد اتسع ليشمل المجتمعات فيما وراء تلك التي تدخل في نطاق أصواتنا. نحن نتشارك من دون احترام للمسافة أو البعد. ومن الممكن أن تُسمَع أصواتنا عبر أنحاء العالم، شريطة أن يحفز ما نقوله هؤلاء الذين نحتفظ بعلاقات معهم. ويحمل التحفيز معه تهديد النبذ؛ ففي حالة أن ثبت كون تحفيز ما غير مبرر، ستتدمر العلاقات، وسيتم تجاهل أي تحفيزات إضافية. ويعمل هذا كضغط انتقاء على مشاركة متصلة على نحو فائق، التي تنحو بمضي الوقت في اتجاه بروز أكبر بكثير.

الذكاء الفائق

بالرجوع بأنظارنا إلى الوراء قدر استطاعتنا نحو ما قبل التاريخ، نجد أن أفعال مشاركة المعارف المكثفة ضمن نطاق معين قد تشكلت بفعل ممارسات شعائرية. يواصل الأستراليون الأصليون التقاليد المتعلقة بالعصر الحجري القديم الممثلة في "أعمال النساء" و"أعمال الرجال" والتي تشير إلى هياكل معرفة مقيدة شعائريًا، الهدف أن تتم مشاركتها فقط ضمن سياق مجتمع معين من الأفراد الطاهرين شعائريًا (ومن ثم متواصلين). وتعكس هذه الميادين من ناحية الخصائص والسمات ممارسات ثقافية خاصة بنوع اجتماعي معين: فعليًا، تتناقل النساء معارف عن الزراعة وممارسات الجمع، فيما يستثمر الرجال أنفسهم في دقائق الأمور المتعلقة بالإبحار والصيد. ويتم الدفاع عن هذين الميدانين من المعرفة بقوة بواسطة المنطقة المحظورة الممثلة في "عمل سري خاص بالنساء" محظور على الرجال (ويطهر النساء شعائريًا)، والعكس.

لقد استمر الربط بين ميدان المعرفة والطقوس أو الشعائر حتى وقتنا الحاضر. من فترة العصور القديمة المتأخرة، احتفظ نظام نقابات أو رابطات مهنية بحرص بإمكانية الوصول إلى ميادين معرفة معينة. فمصممو الزجاج الفينيسيون والحدادون اليابانيون

وناسجو الحرير الصينيون جميعهم حموا ميادين المعرفة خاصتهم - والاحتكارات اللاحقة - بمزيج من الممارسات القانونية والشعائرية والقوانين والأعراف. في الثقافات ما قبل الحضرية، تولد المعرفة المقدرة؛ أما في الثقافات الحضرية، فإن تلك المقدرة تتضاعف. إن هؤلاء الذين يملكون المعرفة يملكون السلطة أيضًا. ودفعت الرغبة في الاحتفاظ بتلك السلطة النقابات أو الرابطات المهنية لأن تصبح متحمسة بصورة متزايدة في الدفاع عن ميادين معارفها، أو "أسرار المهنة" خاصتها.

إن ظهور صحافة جوتنبرج Gutenberg المطبوعة من النوع المتحول جعل من المستحيل فعليًا الاحتفاظ بأسرار إلى أجل غير مسمى. فبمقدور فرد ما أن يكتب نصًا كاشفًا واحدًا وفي غضون بضعة أشهر، ستكون أوروبا بأسرها قد علمت بمحتواه. لم تعد الأسرار كافية للحفاظ على قدسية ميادين المعرفة. وتلقي الطقوس أو الشعائر بظلالها لفترة أطول، وبهذا المظهر، كحامي حديث للألغاز، أضحت الجامعة الرفيق المصاحب للرابطة المهنية أو النقابة، من خلال غرس الأفكار في أذهان المرشحين ثم التصريح لهم من أجل دخول سلك المهن. لقد نشأت الرابطات المهنية للطب والقانون والهندسة والعمارة وغيرها من هذا التحول من النقابات إلى الحداثة. إنها توجد لسبب واحد: أنها تعين المكان، سواء ضمن حدود المؤسسة أو خارجها. يمثل طبيب بدون ترخيص ومحام لم "يتأهل لممارسة المهنة" ومهندس معماري غير معتمد جميعًا أمثلة حديثة لانتهاكات الهياكل الشعائرية التي قد ظلت معنا لمدة خمسين ألف عامٍ على الأقل.

إن إمكانية الاتصال الفائق لا تقر بحضور هذه الهياكل الشعائرية؛ فالبشر يتواصلون بصورة مباشرة على الفور بشكل واسع الانتشار، بغض النظر عن أي من الحواجز الثقافية التي تعوق التواصل. ليس ثمة داخل أو خارج. فمساحة التواصل البشري بأكملها تنهار عند نقطة، مع تواصل الجميع مباشرةً مع الآخرين كافة، من دون توسط. وإمكانية الاتصال الفائق هذه تقود إلى مشاركة موزعة على نحو فائق، أولاً بشكل عشوائي، ثم بمستويات بروز آخذة في التزايد.

وتجنح هذه الحالة نحو إنتاج سلسلة من التقييمات: يزيد التوزيع الفائق للمعلومات

البارزة المقدرة والكفاءة الفعلية لأي فرد دخل شبكة التوزيع الفـائق، مـما يزيـد بـدوره مـن اعتمادهم على هذه الشبكات. وتنحو هذه الـشبكات مـن مـشاركة المعرفـة الموزعـة بـشكل فائق نحو التجسد إذ تضع مكونات شبكة معينة هذه المواد الموزعة بـشكل فـائق في موضـع العمل. سرعان مـا أضـحى كـل مـن المـزارعين الكينيـين وصـيادي ولايـة كـيرلا الهنديـة (The Economist 2007) أنصارًا للهاتف المحمول، الذي أمدهم بالمعلومات الدقيقة في حينها عـن أسعار السوق المنافسة لسلعهم. بمجـرد أن يكتـسب التوزيـع الفـائق نقطـة مركزيـة ويـصبح مترادفًا مع ميـدان معرفـة، يعـبر إلى "الـذكاء الفـائق" Hyperintelligence: التوزيـع الفـائق المخصص المتصل على نحو فائق لمعرفة خاصة بميدان معين.

وفي بيئة متصلة على نحو فائق تمامًا، تتم ملاحظة السلوكيات بشكل واسع الانتشار. وفي حالة نجاح هذه السلوكيات، سيتم تقليدها من قبل آخرين ممن ستتم ملاحظتهم على نطاق واسع بالمثل. ويتوزع السلوك نفسه بشكل فائق عبر الشبكة. إنه نظير سلوكي للـذكاء الفـائق: "محاكاة فائقة" Hypermimesis ويعد تطور "لغة SMS" مثالًا واحدًا على المحاكاة الفائقـة؛ فمع إضافة مصطلحات إلى اللغة (التي ربما تكون خاصة بثقافة فرعيـة معينـة)، تنتـشر عـلى نطاق واسع ويتم تبنيها على الفور.

التمكين الفائق

بمقدور مجموعة من الأفراد المتصلين على نحو فائق والـذين يختـارون التوزيـع الفـائق لمعارفهم حول ميدان محدد إنتاج ذكاء فائق. وذلك الذكاء الفـائق لـيس عنـصرًا فـاعلًا ثابتًـا. فكون المرء مرتبطًا بذكاء فائق يعني بالـضرورة توظيـف المعرفـة التـي يمـد بهـا ذلـك الـذكاء الفائق أين ومتى وحسب ما اقتـضت الـضرورة. وكلـما زاد شـمول الـذكاء الفـائق، زاد نطـاق الاستخدامات الممكنة والآثار المحتملة.

ربما لا يوفر أبرز مثال للذكاء الفائق، وهو Wikipedia، سوى ميـزات متواضـعة في تلك الأجزاء المتطورة من العالم التي تتمتع بإمكانية وصول جاهزة للمعرفـة. غـير أنـه في جنوب أفريقيا أو الهند، حيث لم تتـوفر مثـل تلـك المـصادر للمعرفـة، تـبرز Wikipedia للأفراد مجموعة موسعة على نطاق ضخم من الإمكانات المتاحة. وتعزز الآن الأفعال التي

كانت تتم عن جهل في السابق بفعل حضور الذكاء الفائق وتعد، نتيجة لذلك، مختلفة ومن المرجح أن تكون أكثر فاعلية. ويعد هذا صدى مثاليًا لظهور الاتصال عبر الهاتف المحمول: في العالم المتقدم، يظل الهاتف المحمول أمرًا جيدًا غير أنه قلما يكون أساسيًا؛ أما في العالم النامي، فإنه الاختلاف بين الازدهار وعيش الكفاف. ويمثل الذكاء الفائق عاملًا مضخمًا للإمكانات والقدرات.

إن الأفراد ليسوا وحدهم في ارتباطهم بالذكاء الفائق؛ فهو نتاج أنشطة التوزيع الفائق لشبكة من الأفراد متصلة على نحو فائق. وتنحو هذه الأنشطة إلى التطور بمرور الوقت، إذ تضخم الشبكة إمكاناتها الخاصة. وينتج هذان المستويان من الذكاء الفائق، الفردي والجماعي، تحولات جذرية في كل من السلطة الفردية وسلطة الأفراد الممكنين من الاتصال الفائق كشبكة. وهذا التمكين الفائق هو عبارة عن ذكاء فائق في صورة عملية، التطبيق الموجه للمعرفة والإمكانات المزودة عبر الذكاء الفائق.

إن الأفراد والشبكات المتمتعة بتمكين فائق مُمَكَّنون على نحو متباين بالنسبة لأي فرد أو مجموعة أفراد (سواء كمجموعة، أو منظمة، أو مؤسسة) ليست متمتعة بتمكين فائق. في أي حوار أو تبادل للمعلومات، دائمًا ما ستكون العناصر الفاعلة المتمتعة بتمكين فائق أكثر فاعلية في تحقيق أهدافها، نظرًا لأنه في كل موقف، سيعرفون بصورة أكبر وأفضل كيف يتصرفون بناءً على ما يعرفونه. ينتج وجود التمكين الفائق بشكل متزامن فئة جديدة من ضغط الانتقاء؛ ومع تفاعل تكوينات اجتماعية وثقافية متعددة مع أفراد وشبكات متمتعة بتمكين فائق، سيتم الانتقاء ضدهم ما لم يوظفوا هم أنفسهم تقنيات إمكانية الاتصال الفائق والتوزيع الفائق والذكاء الفائق لإنتاج تمكين فائق خاص بهم. وعندما يحقق أي عنصر فاعل تمكينًا فائقًا، فسيتعين على جميع من يتفاعلون مع ذلك العنصر الفاعل إما أن يتمتعوا بتمكين فائق أو أن يواجهوا اندثارًا. ويقود هذا إلى سلسلة تتابعية من التمكينات الفائقة، مع تفاعل شبكات متمتعة بتمكين فائق مع شبكات ليست كذلك، وحملها تلك الشبكات نحو التمكين الفائق.

تحليل التمكين الفائق

يشرح مثالان من عام 2011 الظهور التلقائي لأنظمة حكم متمتعة بالتمكين الفائق من الشروط المسبقة الضرورية لإمكانية الاتصال الفائق والتوزيع الفائق والذكاء الفائق. في أعقاب أعمال الشغب التي وقعت في 15 يونيو 2011 في فانكوفر، والتي أشعلتها خسارة بطولة كأس ستانلي في دوري هوكي الجليد، بدأ الفانكوفريون - الذين صدمهم سلوك بعض من أفراد مجموعتهم المدنية - في جمع مشاهدهم المصورة لأعمال الشغب. وتضمنت هذه المشاهد المصورة صورًا فوتوغرافية من الصحف وصورًا مرئية من محطات تليفزيونية، علاوة على آلاف الصور التي تم التقاطها بالهواتف المحمولة وتحميلها على مواقع المشاركة مثل Facebook وFlickr.

إن الإحراج الذي واجهه الفانكوفريون عمل كعامل محفز، مرشح للبروز مما حوله ذكاء فائق، شكل موجه من المشاركة مع الهدف المعبر عنه الممثل في الكشف عن المشاغبين. لقد افترض هؤلاء المشاغبون أن إخفاء هوية الحشد سيحمي أنشطتهم. غير أنه في ثقافة معتمدة على إمكانية الاتصال الفائق، يصبح تحقيق ذلك الإخفاء للهوية أمرًا شبه مستحيل. (في المدن الرئيسية بكندا، تتجاوز نسب الاشتراك في خدمة الهاتف المحمول 90 بالمائة.) وسرعان ما قادت صور هؤلاء المشاغبين، الموزعة بشكل فائق عبر مجتمع المواطنين المحرجين، إلى كشف هوية كثيرين منهم.

وبمجرد الكشف عن هوية المشاغبين - والتوزيع الفائق لتلك الهويات - بدأ مجتمع متصل بشكل فائق في مواجهة المشاغبين، مطالبًا بأن يسلموا أنفسهم للشرطة. تعرض بعض هؤلاء الذين تم الكشف عن هوياتهم لمضايقات، بينما فُصِل آخرون من وظائفهم. وفرت واحدة من أسر فانكوفر الشهيرة من المدينة في حالة من الخوف عقب الكشف عن أن أحد أفراد الأسرة من المشاغبين (تينج Ting 2011).

يشكل هذا الموقف على نحو مثالي وضع تمكين فائق مختلف. فجماعة المواطنين المحرجة وظفت مجموعة الأدوات الجديدة من أجل مضاعفة فاعليتها في محاسبة المخربين على أنشطتهم المدمرة. إن المخربين أنفسهم لم يتأقلموا مع الفرص التي منحتها إياهم

مجموعة الأدوات الجديدة، ومن ثم، كانوا في حالة من الارتباك التام. سيشهد المستقبل قدرًا أقل من التباين مع توظيف كلا الجانبين مجموعة الأدوات الجديدة. بوسع المخربين أن يغرقوا قنوات التوزيع الفائق ببيانات كاذبة أو غير ذات صلة (مثلما تفعل العناصر الفاعلة في الدولة في بعض الأحيان حينما تُهدَّد بتسريبات، أو الشركات لدى تهديدها بدعاوى قضائية). بإمكانهم السعي إلى عرقلة أي ذكاء فائق ناشئ، حيث يقضوا على أية محاولات على هذه الشاكلة قبل أن يتسنى لها تنظيم نفسها بشكل فعال. في النهاية ، يمكنهم تشكيل شبكة متمتعة بتمكين فائق خاصة بهم، مخصصة للحد من أية خطوات تقدم من جانب أي ذكاء فائق منافس. مبدأ "حرب الكل ضد الكل" bellum omnium contra omne (هوبس Hobbes 1983).

ويأتي المثال الثاني والعكسي المضاد من اضطراب مدني آخر، أعمال الشغب التي اندلعت في 26 مارس 2011. ربما شارك قرابة نصف مليون في مسيرة احتجاجية، مع مشاركة عدد أقل في أعمال مباشرة، مثل تدمير المتاجر في ويست إند بميدان ترافالجار وعمود نيلسون. لقد طورت شرطة مدينة لندن، المتمكنة جيدًا في إدارة التظاهرات، أسلوبًا يعرف باسم Kettling"" أو التطويق، والذي يقوم على جمع المتظاهرين في إطار حدود وضعتها الشرطة. ويعتمد هذا الأسلوب على التباين المعلوماتي: إذ يتحتم أن تمتلك الشرطة وعيًا بالوضع أفضل من المتظاهرين، وإلا سيكون المتظاهرون قادرين فعليًا على تفادي الشرطة.

تبلغ نسبة الاشتراك في خدمات شبكات الهواتف المحمولة في المملكة المتحدة 122 بالمائة - إمكانية اتصال فائق حقيقية. قبيل المسيرة الاحتجاجية، أنشأت مجموعة من مهندسي البرمجيات تطبيق هاتف ذكي، Sukey، مصمم لالتقاط معلومات عن أنشطة الشرطة ووجودها داخل منطقة جغرافية معينة وتوزيعها بشكل فائق، ليوفر وعيًا واسعًا بالموقف لهؤلاء المستخدمين للتطبيق (ستوت Stott 2011). عملت الحاجة للبقاء في حالة تحرر من التدخل الرسمي كحافز للذكاء الفائق العارض (الذي يستمر فقط على مدار فترة الاثنتي عشرة ساعة للتظاهرة) وهي الفترة التي كان يتم خلالها إخطار المتظاهرين على

الدوام بتحركات الشرطة على نحو أفضل من أفراد الشرطة أنفسهم، وبذلك يستطيعون تفادي غالبية عمليات التطويق (أرون Aron 2011).

في هذا المثال، منح التمكين الفائق المتباين للمتظاهرين اليد العليا ضد سلطة الدولة. وستقوم الدولة، لدى مواجهتها تهديدًا بالقدر الكافي، بغلق إمكانية الوصول إلى شبكات المحمول، في محاولة لعرقلة أي تمكين فائق ناشئ عن طريق مهاجمته من جذوره. كانت هذه سمة متكررة في ثورات الياسمين في شمال أفريقيا والشرق الأوسط (ريتشتل Richtel 2011). فبدلًا من تبني مجموعة الأدوات الجديدة، تسعى الدولة إلى منع أي كيان يشكل تهديدًا لوجودها من الوصول إلى مجموعة الأدوات هذه. ومثل تلك الاستراتيجية التفاعلية ليست فعالة: فالقوة المعارضة توظف الذكاء الفائق خاصتها، لتتواءم بسرعة ثم توزع تلك المواءمات بشكل فائق، معيدة تحديد أهداف الإعلام ليلبي متطلبات مجموعة الأدوات (كوفمان Kofman 2011). في وقت تأليف الكتاب، لم يكن أي عنصر فاعل في الدولة قد تبنى مجموعة الأدوات كرد فعل للتهديدات الوجودية لأنظمة الحكم المتمتعة بتمكين فائق. إن تبني مجموعة الأدوات سيحول الدولة بالضرورة فيما وراء تدرج المستويات الهرمي والاعتراف بالحكومة.

خاتمة

لقد دفع كل من الاتصال الفائق والتوزيع الفائق والذكاء الفائق والتمكين الفائق الثقافة البشرية إلى خضم مرحلة تحول أو تحول طوري نفسي اجتماعي، مماثل لمرحلة بلورة في حل فائق التشبع، "ثورة" تجعل الثورات الزراعية والحضرية والصناعية تبدو كسولة وغير مكتملة. قبل عشرين عامًا، لم تكن هذه المجموعة من الأدوات موجودة بل لم يكن حتى يشار إليها. وعقب عشرين عامًا من الآن، ستكون موزعة على نطاق واسع الانتشار ورائج، ومربوطة بشكل معقد بتعريفنا لذاتنا كبشر. لطالما كنا نتاجًا لعلاقاتنا، وها هي الآن تعيد تعريفنا.

ملاحظات

1- الكاتب على وعي بأن الانتقاء الجماعي موضوع مثار جدل محتدم داخل مجال البيولوجيا الاجتماعية، غير أنه يدعي أن من المستحيل فهم السلالات رفيعة المستوى اجتماعيًا مثل "الإنسان العاقل" من دون مبدأ الانتقاء الجماعي.

المراجع

Aron,J. (2011) "Police Can'tKeepUpwith Tech-SavvyProtesters."*NewScientist* (February 9). www.newscientist.com/blogs/onepercent/2011/02/police-forces-in-the-uk.html .438 *Mark Pesce*

Dunbar, R. (1992) "Neocortex Size as a Constraint on Group Size in Primates." *Journal of Human Evolution*, 22, 469-493.

Dunbar, R. (1998) *Gossip*, *Grooming and the Evolution of Language*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

The Economist (2007) "To do with the Price of Fish" (May 10). www.economist.com/node/9149142?story_id=9149142.

Hobbes, T. (1983 [1642]) *De Cive*. Oxford: Clarendon. Ito, M., Okabe, D., and Matsuda, M, eds. (2000) *Personal*, *Portable*, *Pedestrian*: *Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge, MA: MIT Press.

Kofman, J. (2011) "Libya's 'Love Revolution': Muslim Dating Site Seeds Protest." *ABC News* (February 24). http://abcnews.go.com/Technology/muslim-dating-site-madawi-seeds-libyan-revolution/story?id=12981938.Lenhart, A. (2012) "Teens, Smartphones & Texting." Pew Research Center report. www.pewinternet.org /Reports/2012/Teens-and-smartphones.aspx.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*: *The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

Milgram, S. (1967) "The Small World Problem." *Psychology Today*, May, 60-67.

Richtel, M. (2011) "Egypt Cuts Off Most Internet and Cell Service." *New York Times* (January 28). www.nytimes.com/2011/01/29/technology/internet/29cutoff.html.

Stott, P. (2011) "Sukey Takes the Kettle Off." *I Intend to Escape . . . and Come Back* (February 18). http://paulstott.typepad.com/i_intend_ to_escape_and_co /2011/02/sukey-takes-the-kettle-off.html.

Ting, I. (2011) “Vancouver’s Cyber-Stazi.” *Crikey.com.au* (June 29). www.crikey.com.au/2011/06/29/vancouvers-cyber-stasi-a-facebook-counter-revolution.

Wireless Intelligence (2010) “Snapshot: Global Connections Surpass 5 Billion Milestone”(July 8). https://www.wirelessintelligence .com/print/snapshot /100708.pdf.

الفصل العاشر

المادية والوصف والمقارنة
كأدوات لتحليل الاختلاف الثقافي

باسيل زيمرمان Basile Zimmermann

من خلال عملي في قسم دراسات صينية كائن في أوروبا، لم أواجه في المعتاد فقط تحديات العمل مع الاختلاف الثقافي وإنما أيضًا العمل مع مفهوم "الثقافة" في حد ذاته - وهو واحد من أصعب المفاهيم على نحو شهير في العلوم الاجتماعية والإنسانيات. علاوة على ذلك، فقد ولدت التغيرات الاجتماعية الاقتصادية الأخيرة في الصين - وديناميكيات الإعلام الجديد لـ "شبكة الإنترنت الصينية" - أوضاعًا جديدة تتطلب تحليلًا اجتماعيًا ثقافيًا لكنها تفتقر إلى إطار نظري أو منهجي واضح. في هذا الفصل، أناقش أن خطوة أولى أساسية في التعامل مع هذه القضايا تحليليًا هي توفير وصف كافٍ لها، وهو ما يمكن تحقيقه بالتركيز على مادية الأشياء (مواقع الويب والمنصات والمجتمعات) التي ينظر إليها الفرد أو يقارن بينها. بنيت على هذه الفكرة لاقتراح منهجية وإطار نظري للتعامل مع الاختلاف الثقافي في سياق التغير الاجتماعي الفني (أو التقني)، موظفًا دراسة حالة واحدة معتمدة على هذا الأسلوب.

انتشار الموجات الثقافية

تشتهر الثقافة، كمفهوم علمي، باستحالة تعريفها. فقد قدم كتاب حديث (بالدوين وآخرون Baldwin et al.) ما لا يقل عن 300 تعريف، كما زعم المؤلفون أن هذه في واقع الأمر توليفات لمتن أضخم. لن أحاول إجراء توليفة معتمدة أو مرجعية هنا، إذ إن آخرين قد قاموا بذلك بالفعل بشكل جيد (انظر على سبيل المثال كروبر Kroeber وكلوكهوهن Kluckhohn 1952؛ وجودي Goody 1992؛ وبوروفسكي وآخرون Borofsky et al. 2001؛ وبالدوين وآخرون Baldwin et al. 2006؛ وتريانديس Triandis 2007)، لكنني أود أن أوضح سريعًا بعض الحجج، جنبًا إلى جنب مع شرح للموضع الذي أعتقد أن المشكلة تكمن فيه وذلك الموضع الذي يمكن إيجاد حل منه.

يتمثل طريق مختصر عبر ما كان يمكن أن يمثل خلاف ذلك مناقشة مطولة جدًا في القول إن "الثقافة" تتعلق بالبشر والأدوات، وترتبط بطرق الحياة والتفكير في السكان البشر. في الاستخدام الشائع، عادة ما يرتبط معنى المصطلح واحد من ميدانين: أولاً، المعرفة أو الفن (على سبيل المثال، حينما نتحدث عن "شخص مثقف" أو "سلع ثقافية" أو "صناعة الثقافة") وثانيًا، ذلك الميدان المرتبط خصيصًا بمجموعة من الناس ويؤدي إلى فكرة الاختلاف الثقافي (مثل "ثقافة الشباب" أو "الثقافة الصينية" مقارنة بـ "الثقافة الأمريكية). وكلا الجانبين يمثلان شأنًا أساسيًا لدراسة الإعلام الجديد في سياق عالمي.

وبتوظيف عمل بالدوين وآخرين، يمكن طرح نقطة شيقة بدراسة تعريفات الثقافة التي يصعب استخدامها لأسباب واضحة، ثم بتوظيف استعارة لرسم حل. لننظر إلى الأمثلة الثلاثة التالية:

- **التعريف الأول:**

تتألف الثقافة من أنماط، صريحة وضمنية، وسلوكيات مكتسبة ومنقولة بواسطة رموز، لتشكل الإنجازات المميزة للمجموعات البشرية، بما في ذلك تجسيدها في صورة أدوات من صنع الإنسان؛ يتألف اللب الأساسي للثقافة من أفكار تقليدية (مستمدة ومنتقاه تاريخيًا)، ويمكن على وجه الخصوص اعتبار القيم الملحقة به، وربما أنظمة

الثقافة، من جانب، نتاجات لفعل، ومـن الجانـب الآخـر، عنـاصر مهيئـة لفعـل إضـافي. (كروبير Kroeber وكلوكهوهن Kluckhohn 1952: 181؛ انظر أيـضًا بالـدوين وآخـرين Baldwin et al. 2006: 188).

- **التعريف الثاني:**

لأجـل أغراضـنا، نعـرِّف الثقافـة بأنهـا "مـستودع المعرفـة والخـبرة والمعتقـدات والقـيم والاتجاهـات والمعـاني والتسلـسلات الهرميـة والـدين ومفـاهيم الـزمن والأدوار والعلاقـات المكانية ومفاهيم العالم والعناصر المادية والملكيات المستحوذ عليها من جانب مجموعـة من الناس على مر الأجيـال عـبر الـسعي الفـردي والجماعـي (سـاموفار Samovar وبـورتر Porter 2003: 8؛ انظر أيضًا بالدوين وآخرين Baldwin et al.. 2006: 208).

- **التعريف الثالث:**

الثقافة هي مجموع القصص التي نرويها نحن أنفسنا حول من نكون ومن نرغـب في أن نكون، على المستوى الفردي والجماعي. وتعمـل الثقافـة أيـضًا كمنـصة تقـديم لروايـات الهوية هذه ولأنشطتنا الروتينية اليومية. تتألف الثقافة من تشكل الأماكن التـي نعـيش فيها؛ إنها البيئة المبنية والمشهد المأهول بالسكان. كما أنها تعمل أيضًا في الذكريات التـي تقبع في الجسد، من شرارة الإدراك، تذكر مدهش، إلى رد الفعل الـذاتي الأحمـق للنـسيان وعوامل التذكير المتصلبة التي تسكن عظام وعضلات الجسم بمجرد شدها في الرياضـة أو عند الولادة أو الرقص أو العمل أو الاتـصال الجنـسي. تعمـل الثقافـة بـالمعنى التقليـدي أيضًا، حيث يتم تعيين مصادر الثروة الثقافية - إرث الدولـة والأمـة والـشعب - وجمعهـا عبر الرعاية الخاصة والعامة وحفظها في متاحف أو صالات عرض أو أرشـيفات الأفـلام أو مكاتب الشركات أو عرضها في المتنزهات والميادين وغيرها من المساحات العامة الأخرى.

في النهاية، تعمل الثقافة بالمعنى العام للعمل الجاري في المصانع والدراسات والمخازن والحجرات الدراسية وغيرها من مواقع الإدراك الثقافي. تعمـل الثقافـة أيـنما يعمـل النـاس في بنـاء رصـيد مـادي، أو أدوات وأجهـزة، نـستقي منهـا دعمنـا المفـاهيمي والـروائي

لفهم العالم. إن كل هاتف أو جهاز كمبيوتر أو تلفزيون أو خشبة مسرح أو منسوجات جدارية أو شريط سينمائي أو شريط فيديو أو قرص كمبيوتر أو جهاز شبه موصل أو صحافة مطبوعة أو عربة شحن أو أية أداة يمكن تخيلها أو طوب وهيكل إسمنتي مستخدم في الصناعات الثقافية يجسد هذا العمل الثقافي. (ماكسويل Maxwell 2001: 1-2؛ انظر أيضًا بالدوين وآخرين Baldwin et al. 2006: 194).

هنا الاستعارة: تخيل شخصًا ما لم يسمع قط عن الذرات ويرغب في كتابة تعريف لـ "المادة". في هذه الحالة، ربما يأتي هذا الشخص بتعريف كالتالي:

> "المادة هي شيء صلب، وفي بعض الأحيان سائل، وفي أحيان أخرى في صورة غازية، ولها قوام متجانس أو متغاير الخواص، يمكن العثور عليها في كائن حي ولكن أيضًا في عناصر أو أدوات مادية، على الأرض أو في مساحة خارجية، وعادةً ما تكون في حالة حركة غير أنها أحيانًا ما تكون ثابتة."

هل يبدو هذا مماثلاً لتعريفات الثقافة الثلاثة المذكورة آنفًا؟ أعتقد هذا.

يتمثل جزء من المشكلة التي نواجهها مع المعاني المتعددة لـ "الثقافة" في أننا نغفل شيئًا أصغر - "ذرات" الثقافة - يمكن أن يساعدنا في التعامل مع الأشكال المتعددة التي تتخذها "الثقافة" في العالم الواقعي. إن حقيقة أن المفردة تستخدم بشكل مكثف في كل من الكتابات العلمي والتعبير الدارج بنطاق واسع من المعاني لهي دلالة على أن الجميع يحيل إلى الظاهرة نفسها ولكن يلاحظها من زوايا مختلفة وفي حالات متباينة. أرى أن عجزنا عن التعامل مع الثقافة على المستوى الجزئي أو المصغر الذي يمنعنا من الإمساك بها كموضوع دراسة. بدلًا من ذلك، ينتهي بنا الحال إلى العمل على المستوى الكلي أو المكبر مع كيانات مجردة مثل "الثقافة الصينية" و"الوطنية" و"التهجين" وغيرها، والتي نصارع حينئذ من أجل فهمها بشكل تجريبي. ونتيجة لذلك، عادة ما نستنتج (على نحو غير مفاجئ) أن الأمور أكثر تعقيدًا من المتوقع.

وقد عرفت في مواضع أخرى أجزاء الثقافة على المستوى المصغر بأنها "موجات

ثقافية" (زيمرمان Zimmermann 2010، القادم)، والتي أرى أنها لا ترتبط بالمادة ذاتها بل بالشكل الذي يمكن أن تتخذه المادة. باختصار، تتمثل الفكرة في توظيف هذا المفهوم في الحديث عن شكل المادة بالطريقة نفسها التي نستخدم بها الذرات لأجل بنيتها المادية (لقد تخطى علماء الفيزياء حدود الذرات لكن هذه قصة أخرى). وتهدف كلمة "موجة"، المستلهمة من البحث السابق عن الموسيقى و"موجات الصوت" إلى التركيز على شكل المادة بدلًا من المادة نفسها، والإشارة إلى فكرة انتقال الشكل من مادة إلى أخرى. إنني أستخدم مفهوم "العنصر الثقافي" وثيق الصلة (زيمرمان Zimmermann 2010) بهدف الحديث عن مجموعات "الموجات الثقافية" (على سبيل المثال، مثلما هي الجزيئات بالنسبة لذرات). في هذا المنظور، تمثل مفردة أو صورة أو صوت، أو حتى شكل شجرة، عناصر ثقافية، وعلى هذا النحو، تتشكل بواسطة موجات ثقافية. وتتمثل الفكرة الرئيسية ببساطة في التعمق بصورة أكبر في تعاملنا مع القضايا الثقافية، والاقتراب من مادياتها.[1]

وبهدف دراسة الاختلافات الثقافية، يحتاج الفرد إلى دراسة عمليات التشكيل والتحول والتبدد التي تمر بها. توفر وسائل الإعلام الجديدة شروح عديدة لهذا الجدل بسيل من النصوص والأصوات والصور التي تقدمها وتسهم في نشرها. كمثال، لنفكر في صورة لمبنى، التقطت بكاميرا، وأرسلت بالبريد الإلكتروني إلى صديق يطبعها على ورقة ثم يقدمها إلى طفله ليرسم اعتمادًا على المستند المطبوع. لا يزال المبنى قائمًا في الشارع وما برحت الصورة الكاميرا، على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر، وعلى الأوراق (المطبوعة والرسم)؛ بينما تبددت بالفعل الإشارات التي تم إرسالها على طول الكابلات، وما نلاحظه هو شكل قد انتشر من المبنى إلى رسم الطفل.

إن مهمة تحليل عمليات الانتشار هذه هي ما يهمني هنا. ويمكن تحقيقها بالبقاء على مقربة من مادية الملاحظات التي يجريها الفرد. ونقطتان رئيسيتان هما (1) توظيف عدد أقل من الأفكار المجردة للتعبير عن الحجج و(2) بقاء الفرد على مقربة قدر الإمكان من وصف لما كان يفعله. أسعى لتجنب المصطلحات المجردة والتركيز بدلًا منها على المفردات التي قد سمعتها أو قرأتها والأحداث التي قد شاهدتها أو التقطت صورًا لها، بوصفها

بأدق صورة ممكنة، مع أخذ هذا الاقتباس لبرونو لاتور Bruno Latour كشعار:

"الواقعة البسيطة الممثلة في تسجيل أي شيء على الورق هي بالفعل تحول يتطلب قدرًا من المهارة والبراعة كرسم منظرطبيعي أو تحضير تفاعل كيميائي حيوي معقد. وينبغي ألا يجب أي عالم مهمة الالتزام بوصف مهمة مهينة. بل إنها، على النقيض، تمثل أعلى وأندر إنجاز .... إذا ما ظل وصف ما في حاجة إلى شرح، فهذا يعني أنه وصف سيء. (لاتور Latour 2005: 136-137[2]).

فيما يلي شرح للكيفية التي يمكننا من خلالها الانتقال من تفسيرات إلى أوصاف. لننظر إلى الزوجين التاليين من الجمل:

أ - تعد تقنيات المعلومات والاتصال شكلًا من التمكين الاجتماعي للمزارعين في ريف الصين.

ب- يرى المؤلف X أن الأجهزة المحمولة تمكِّن المزارعين في ريف الصين من تنظيم أنفسهم بصور لم ترى من قبل.

أ - في يوليو 2008، كان موقع تواصل اجتماعي جديد ينتشر وسط متصفحي الإنترنت في الصين

ب- في يوليو 2008، أثناء مكوثي في شقة صديق صيني في بكين، لاحظت أنه كان يقضي ساعات على موقع ويب لم أسمع به من قبل قط.

في كل من هذين المثالين، نجد أن الجملتين أ وب تعبران عن المعنى نفسه لكن، بينما تحمل الجملتان أ درجة أعلى من التجريد، نجد الجملتين ب ملموستين ووصفيتين بصورة أكبر. في الزوج الأول، تعد الجملة أ أكثر صعوبة في فهمها: نحن لا نعلم ما أنواع تقنيات المعلومات والاتصال والتمكين الاجتماعي التي تعنيها الجملة؛ إذ نعلم فقط أن ثمة ارتباطًا بين الاثنين. أما الجملة ب فهي ملموسة بدرجة أكبر: تتحدث عن عمل زميل على تكنولوجيا هاتف محمول يفيد بأنها تغير الصور التي ينظم من خلالها المزارعون أنفسهم.

وفي الزوج الثاني، تخفي الجملة أ الذات والذاتية وراء البحث. أما الجملة ب، ففيما تبدو أكثر نزوعًا إلى الطابع الشخصي وأقل "علمية"، فإنها فعليًا أكثر دقة من حيث إنها تقدم مزيدًا من التفاصيل عن العمليات التي ولدت النتائج.

إن ما نحتاجه لإجراء تحليل اختلاف ثقافي في سياق ديناميكيات وسائل الإعلام الجديدة هو الانتقال من الجملة أ إلى الجملة ب عند نقل أخبار عن بحث. وبالبقاء على مسافة أقرب من مادية عمليات الانتشار أو التداول هذه، ننتج أبحاثًا أكثر وضوحًا ونتفادى شرك المستوى المكبر. سأقدم لكم الآن مثالًا لدراسة حالة أطبق فيها الإطار النظري للموجات الثقافية. أستخدم المنهجية المقدمة أعلاه، وأقدم وصفًا مكتوبًا عن عمد بصيغة المتكلم. كما أناقش أيضًا كيف تم توظيف المقارنة كأداة لتحسين التحليل.

وصف شبكة الإنترنت الصينية

في يوليو 2008، أثناء مكوثي في شقة صديق صيني في بكين، لاحظت أنه كان يقضي ساعات على موقع ويب لم أسمع به من قبل قط" "Kaixini001.com("Happy Network). كان موقع تواصل اجتماعي جديدًا تم إطلاقه قبل شهرين. قمت بالتسجيل وبدأت في أخذ لقطات شاشة وملاحظات عما رأيته على صفحات الويب. وسرعان ما أصبحت هذه المهمة الأساسية الممثلة في تسجيل الدخول وملاحظة التغيرات في تصميم الموقع والمحتويات التي يمد بها المستخدمون الآخرون روتينًا يوميًا.

في ذلك الوقت، كان صديق يعمل في صناعة الإعلان في سويسرا قد أخبرني عن كون مواقع التواصل الاجتماعي "جنات للمعلنين" نظرًا لأنه يمكن انتقاء المستخدمين وفقًا لعمرهم ونوعهم الاجتماعي وذوقهم وعاداتهم وما إلى ذلك، واستهدافهم بالإعلانات المناسبة. وقيل أيضًا إن الحوافز الاقتصادية هي المحرك الرئيسي وراء إطلاق مواقع تواصل اجتماعي موجهة للعامة (عُرِف مارك زوكربرج Mark Zuckerberg، مؤسس Facebook، بأنه أصغر ملياردير في العالم). لذلك، انتقيت سؤالًا بحثيًا: "كيف يتم الإمداد بالإعلان على Happy Network؟".

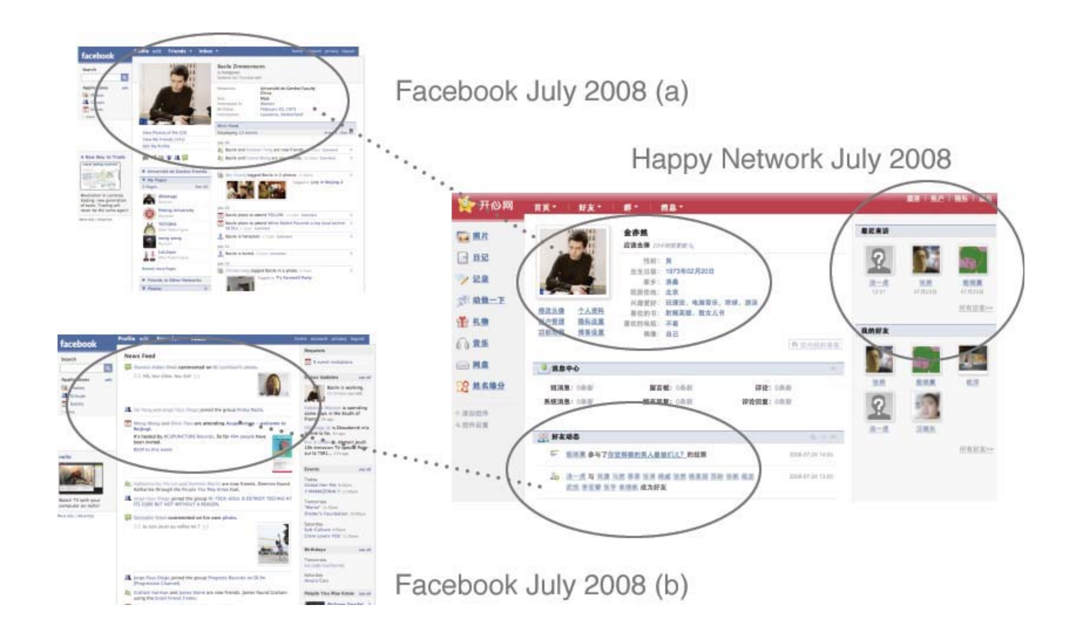
بدا السؤال منطقيًا من حيث إنه كان من الضخامة بالقدر الكافي بالنسبة لمشروع

بحثي قد يستمر لعدة أعوام، كما أنه بـدا يلمـس جانبًـا محوريًـا مـن ديناميكيـات الموضـوع المختار. لو كان بمقدوري فهم الطريقة التي تعامل بها Happy Network مع مسألة الإعلان، لأملت أن أكون قادرًا على فهم الجوانب الأخرى من التطور حيث إنهـا قـد تـرتبط بـصورة أو بأخرى بهذا الجانب الأول. عـادةً مـا تعمـل منـصات وسـائل الإعـلام الجديـدة يـدًا بيـد مـع المستثمرين في مشروعات تكتنفها المخاطر، ومن ثم، فإن أي تساؤل مرتبط بالصورة التي تُدر أو تُربح من خلالها أموال في مرحلة ما من عملية التطور دائمًا ما يكون جديرًا بأن يطرح.

ربما يكون قضاء أيام على موقع تواصل اجتماعي في انتظار مشاهدة إعلانات أمرًا ممتعًا (على الأقل كان الأمر كذلك بالنسبة لي)، غير أن المرء لا يزال بحاجـة إلى اسـتراتيجية للتحقـق من أن البحث يتجه صوب موضـع مـا. وفي سـياق دراسـات وسـائل الإعـلام الجديـدة، يمكـن استعارة أدوات ذات كفاءة لمساعدة الباحث في اكتشاف ما تدور حوله البيانات التي يجمعها واستنباط شيء منها من علم الاجتماع النوعي. على وجه التحديد، يبدو الأسلوب المنهجـي لــ "النظريـة ذات الأسـاس" كـما وضـعها كـل مـن جوليـت كـوربين Juliet Corbin وأنـسيلم سـتراوس Anselm Strauss(1998) مفيـدًا بـشكل هائـل، مـن خـلال تركيـزه عـلى الماديـة وعمليات البحث الاستقرائية المعتمدة على طرح أسئلة وعقد مقارنات، وتركيزها على تحليـل على المستوى الكلي.

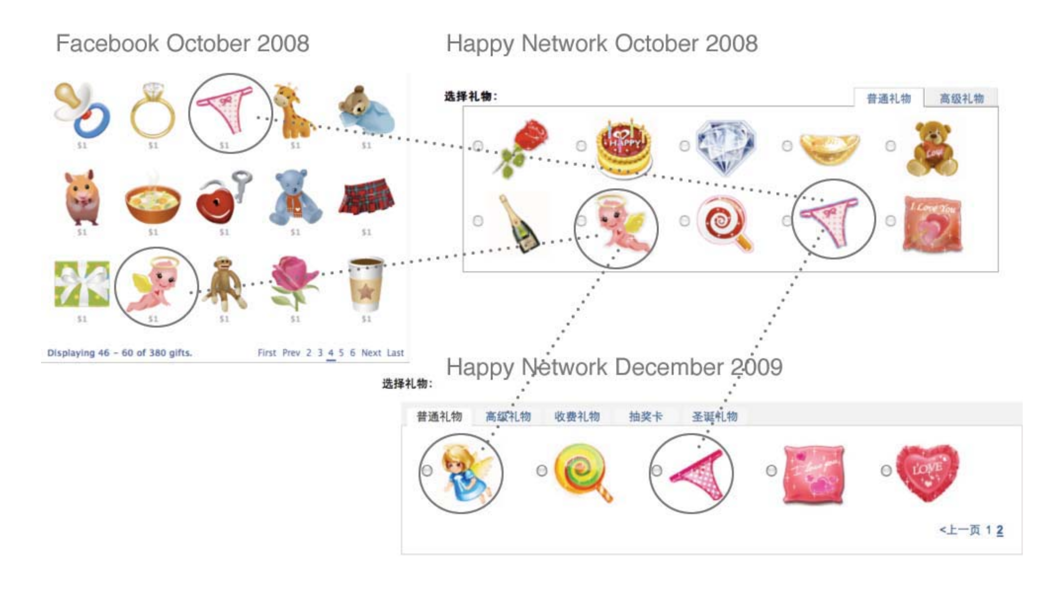
خلال السبعة أشهر الأولى من الملاحظة، لم أرى إعلانًا واحدًا عـلى Happy Network. ولم يمثل هذا مشكلة بالنسبة لي لأنني أدركت أن العديد من شركـات الويـب لا تعـرض إعلانـات عند بدئها مـشروعًا جديـدًا. وبـدأ كـل مـن محـرك البحـث Google وموقـع الويـب الخـاص بمشاركة مقاطع الفيديو YouTube، على سبيل المثال، بصورة شهيرة في عرض إعلانـات فقـط حينما كونا معلومات حول كيفية استهداف جمهورهما. من ثم، فبهدف إبقائي في حالة تركيـز على البيانات ومساعدتي في فهم المستندات التي كنت أجمعها، بـدأت في عقـد مقارنـات. وفي عام 2008، زودني Facebook - أنجح مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحـدة في ذلـك الوقت - بمصدر مقارنة كافٍ بالنسبة لموقع Happy Network.

يعرض شكل 1-10 واحدًا من لقطات الشاشة الأولى التي قمت بالتقاطها في يوليو 2008. في ذلك الوقت، كانت سمتان رئيسيتان لصفحة المستخدم خاصتي على Happy Network مختلفتين جذريًا عن Facebook. وفيما استخدم Facebook صفحة واحدة لمعلومات المستخدم خاصتي (أ) وصفحة أخرى لتغذية إخبارية عن أصدقائي (ب)، مزج Happy Network الوظيفتين على صفحة المستخدم. وفيما أوضح Facebook صراحةً أنه لن يخبر أصدقائي مطلقًا بمن شاهدت صفحتهم الشخصية أو صورهم، فإن Happy Network فعل العكس تمامًا: فقد عرض قسم مخصص يحمل اسم "أحدث الزائرين" (أعلى اليمين) معلومات عمن شاهد صفحتي الشخصية ومتى. إذا عثرت على رمز لزائر غير معروف يتآمر، يمكنني أن أنقر عليه لزيارة صفحة المستخدم خاصته، والتي ستعرض الرمز خاصتي ووقت الزيارة في قسم "أحدث الزائرين" لديه.[4]



شكل 1-10 مقارنة لقطات الشاشة على Facebook وHappy Network، يوليو 2008 (تم إخفاء أسماء المستخدمين لحماية خصوصيتهم).

في أكتوبر 2008، أضحيت مهتمًا بقسم الهدايا الافتراضية بموقع Happy Network. ويعرض شكل 2-10 الصفحة الرابعة من إطار الهدايا الافتراضية على Facebook (بالركن الأيسر العلوي) والصفحة الأولى من Happy Network (بالركن الأيمن العلوي). كان أحد الأشياء التي أذهلتني بينما أقارن بين موقعي الويب هو أن بعض الهدايا كانت متماثلة على المنصتين. منذ أن تم إطلاق Facebook قبل أربعة أعوام من Happy Network، تساءلت عما إذا كان Happy Network قد حاكى Facebook ثم أدخل تعديلًا طفيفًا على الهدايا (أضفى لمعان إضافي وتأثيرات حركة دقات القلب على صورة الملابس الداخلية والملاك على Happy Network). طرح هذا السؤال في ديسمبر 2009، عندما لاحظت أن تصميم الهدايا قد تغير على Happy Network (الركن الأيمن السفلي): قد أصبحت الملابس الداخلية أكثر سمكًا وألوانًا، وبات للملاك الآن مظهر قبعة جديد (لاحظ أن ألوان الحلوى قد تغيرت بالمثل). يبدو أن عنصر G-string الثقافي قد تم نشره من Facebook إلى Happy NetWork ثم داخل Happy NetWork، فيما كان قد تم إدخال تعديل طفيف لأول مرة على محتواه من الموجات الثقافية، ثم شهد تغييرًا مكثفًا خلال رحلته.



شكل 2-10 لقطة شاشة من أقسام الهدايا الافتراضية في الفيسبوك وشبكة happy

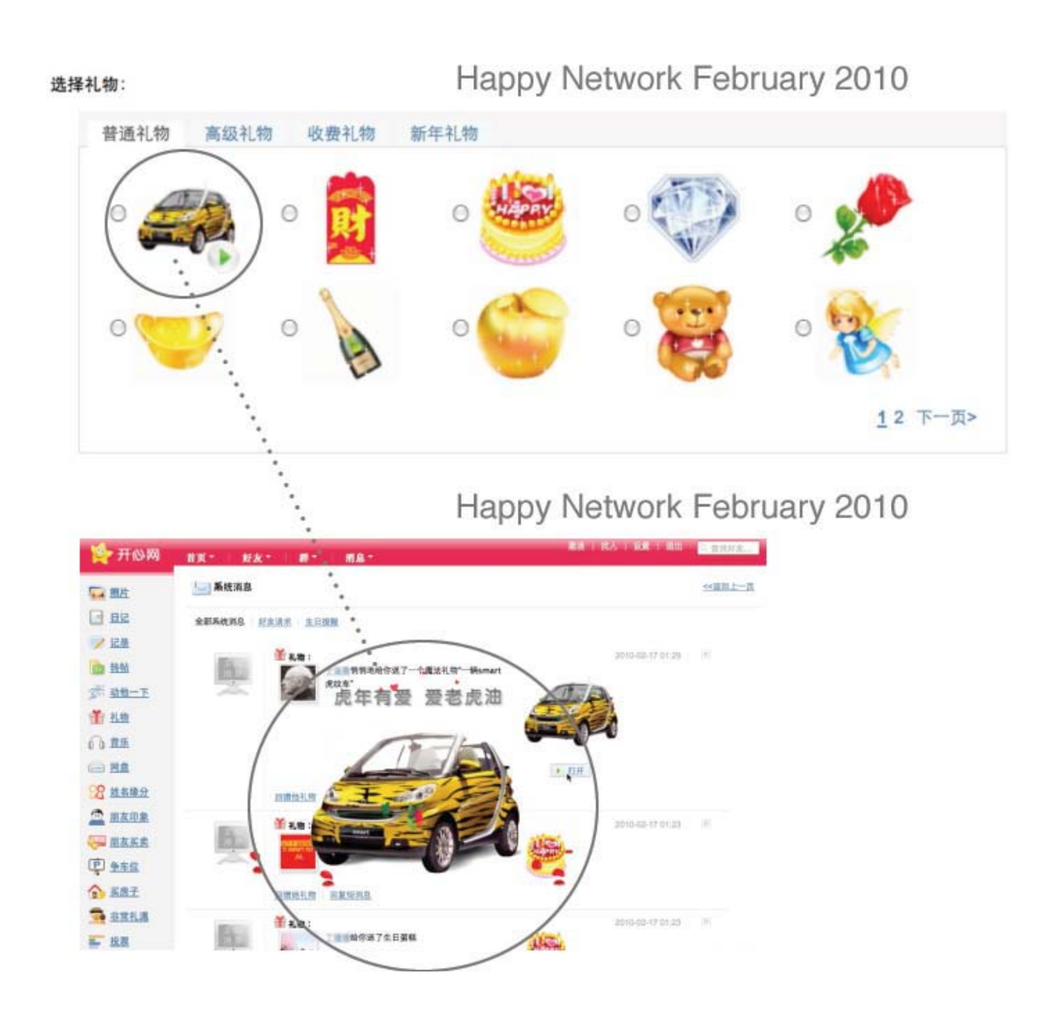
لحقت المقارنة بين قسم الهدايا الافتراضية بموقع Facebook في النهاية بسؤالي البحثي عن الإعلان. في بداية عام 2009، لاحظت أن أنواعًا متنوعة من الإعلانات في طريقها للظهور على Happy Network. ومن المثير للانتباه أنه فيما عرض Facebook بشكل منظم ملصقات على صفحة المستخدم وعلى صفحة التغذية الإخبارية، فإن موقع Happy Network لم يفعل أيًا من ذلك، ولكنه بدا يعتمد في الأغلب على الإعلان داخل الألعاب (وهو أسلوب أحيانًا ما يشار إليه باسم ""Advergaming[5]) كانت الإعلانات تعرض داخل العديد من الألعاب التي وفرها Happy Network، على سبيل المثال على حائط خلف سيارات داخل لعبة "Parking Wars" (انظر زيمرمان Zimmermann 2011).

في نهاية عام 2009، لاحظت أن قسم الهدايا عرض إعلانات بالمثل (شككت أنها بدأت منذ عدة أشهر مضت). اقترح هدايا افتراضية مثل شراب ساخن من Ketucky Fried Chicken للشتاء، أو هواتف محمولة Nokia أو سيارة Smart. في المعتاد، كانت الهدايا "الإعلانية" توضع عند بداية قسم الهدايا.

وعرضوا فيلمًا كرتونيًا قصيرًا (شيئًا عادةً ما يكون متاحًا فقط للهدايا رفيعة المستوى) وسمح تخصيص ثلاث مرات في اليوم لواحد منها خلال يوم واحد للفرد باستخدام هدية من قسم المستوى المرتفع مجانًا؟ عادةً ما كانت تُعرَض هدايا "الإعلانات" مرتبطة بلحظة خاصة مثل الكريسماس أو السنة الجديدة الصينية.

يعرض شكل 3-10 إحدى هذه الهدايا، سيارة Smart بلون جلد النمر، مقدمة بمناسبة عام النمر الصيني. تعرض لقطة الشاشة قسم الهدايا (بالجزء العلوي)، ثم عُرِضت الهدية في قسم رسالتي حينما تلقيتها من شخص ما وبينما أشغل فيلم الرسوم المتحركة (بالجزء السفلي). تم أخذ لقطة الشاشة في نهاية فيلم الرسوم المتحركة القصير، الذي استمر لبضع ثوانٍ. عرض فيلم الرسوم المتحركة السيارة أولًا باللون الأبيض ومليئة بالزهور، ثم انبثقت الزهور من السيارة وتغير اللون إلى الأصفر، وفي النهاية ظهرت خطوط النمر بينما سقطت البتلات ببطء وظهرت رسالة بالأعلى نصها "نتمنى لكم الحب لأجل عام النمر". أما

الجزء الثاني من الجملة، فتضمن تورية أو تلاعبًا لفظيًا مزدوجًا عن كلمة "نمر"، حيث إن معناها حرفيًا "الحب لأجل عام النمر - حب زيت النمر". وتعد عبارة "حب زيت النمر"، ai laohu you، إشارة إلى فيلم Tsui Hark والذي توظف فيه شخصية ما هذه الكتابة الصوتية المرحة لعبارة I love you، ولكن يمكن فهمها أيضًا كوسيلة لقول "هذه السيارة توفر الغاز".



شكل 3-10: هدية "سيارة Smart"، لقطات شاشة من قسمي الهدايا والرسائل بموقع Happy Network، فبراير 2010 (تم إخفاء أسماء المستخدمين لحماية خصوصيتهم).

مادية الثقافة

نظرًا لأن هذا الفصل لا يدور بحق حول الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي في الصين ولكن حول كيفية استخدام دراسات حالة مثل هذه في تحليل الاختلافات الثقافية، فإنه في هذا الموضع من المهم أن نجري ملخصًا قصيرًا لهذه الملاحظات من وجهة نظر منهجية. ماذا لدينا؟ موقع تواصل اجتماعي صيني يبدو أنه يعيد تدوير عناصر من مواقع تواصل اجتماعي أخرى بطريقة إبداعية. تعرض وظائف معينة مثل التغذية الإخبارية والهدايا الافتراضية كلاً من أوجه التماثل والتحسينات لدى مقارنتها بموقع Facebook.

وفيما يعد من الصعب أن نروي القصة الفعلية لتطورها من دون مواصلة المزيد من البحث، إلا أنه يبدو من الواضح جدًا أن بعض العناصر الثقافية (مثل تجمعات الموجات الثقافية) قد تم نشرها من منصة إلى أخرى ثم تم تعديلها. ويعد تحليل موقع Happy Network الذي بدأته آنفًا وصفًا للكيفية التي تمت بها الملاحظات والمقارنات وكيف تم جمع البيانات وكيف يبدو أن القليل من العناصر الثقافية التي وقع اختياري عليها (قسم التغذية الإخبارية وسلسلة G والملاك والسيارة) قد انتشرت من موقع ويب للآخر وكيف قد تم نشر بعض العناصر الثقافية الأخرى (الإعلانات) داخل الوسيط الذي يقدمها.

من الجدير بالذكر أن الفصل الذي تقرأه هو جزء من عملية النشر أيضًا، نظرًا لأن العناصر الثقافية (التغذية الإخبارية وسلسلة G، الخ) قد انتهى بها الحال على هذه الصفحات - ولهذا، تعد دقة الوصف غاية في الأهمية، وذلك لأننا نتوقع أن يتم تقديم العناصر الثقافية بصورة مماثلة قدر الإمكان لتلك التي تمت ملاحظتها فعليًا. ويتمثل وصف جيد في وصف يجعل العناصر الثقافية التي يناقشها تنتشر من دون تعديلها بدرجة مفرطة للغاية ويتم ترتيب هذا بأوضح صورة ممكنة بالنسبة للقارئ.

ومن المثير للانتباه، مثلما توضح التطورات المعنية لكل من Happy Network وFacebook في الفترة ما بين عامي 2008 و2010، فإن أوجه الاختلاف في تصميم الويب فيما يتعلق بالهدايا الافتراضية لم تبد تفاصيل صغيرة وإنما فروق استراتيجية رئيسية بين موقعي التواصل الاجتماعي. ففي النهاية أوقف Facebook قسم الهدايا الافتراضية

خاصته في يوليو 2010 بينما جعله Happy Network أداة إعلان رئيسية، من خلال إرسال المستخدمين الإعلانات بسعادة إلى بعضهم البعض بشكل يومي. بعبارة أخرى، لقد علمتنا ملاحظة موقع Happy Network وتحليله شيئًا حول "الاختلافات الثقافية" بتعريفنا كيف ظهرت مفاهيم تصميم على موقع الويب خاصتها.

خاتمة

إن كثيرين منا، من خلال حديثهم بشكل طليق عن الثقافة، يشيرون إلى طرق حياة وتفكير تقود إلى الفكرة العامة للاختلافات بين مجموعات البشر أو مجموعات الأفكار أو مجموعات الأشياء. إذًا، حينما نحتاج لاستخدام المفهوم في مساهمة علمية، عادة ما تصبح فكرة الممارسات والمعاني المشتركة وسؤال أين نرسم حدودًا بين "الكيانات الثقافية" محور اهتمامنا. في الأمثلة المذكورة سابقًا، يمكن أن يغرى المرء باستخدام فئات على مستوى كلي أو مكبر مثل "صينية" أو "غربية" أو مفهوم مثل "التهجين". كما يمكن أن نغرى بالمثل بالكتابة على نحو مثبت بدرجة أكبر بقول إن العناصر الثقافية "قد انتشرت" بدلًا من "يبدو أنها قد انتشرت". لكن حينها كيف لنا أن نتحدث عن أيقونة السيارة Smart ولون جلد النمر خاصتها وكيف نبرر عدم التأكد من صحة الملاحظات؟ ستكون فئات المستوى الكلي أو المكبر والبيانات التوكيدية معضلة بحق، إذ إنه لن يناسبها أي من الملاحظات على وجه الدقة.

تتمثل حجتي في أنه لدراسة الاختلافات الثقافية، نحتاج إلى التخلي عن استخدام فئات المستوى الكلي وتقييد أنفسنا بالمصطلحات المستخدمة من جانب من يوظف الأمثلة المعينة لوسائل الإعلام قيد الدراسة.[6] إن الباحثين لا ينبغي لهم الاعتماد على المجردات والتفسيرات في مناقشة ملاحظاتهم وإنما على قصتهم الشخصية مع البيانات. دائمًا ما يكون هناك شخص ما وراء البحث - شخص ما قرأ النصوص ولاحظ الأشياء أو الأشخاص واستخدم أدوات - وهذه التجربة شديدة الخصوصية بين الباحث والبيانات وأدواته هي التي تثمر عن نتيجة أية دراسة. لذلك، لا تتحدث عن الثقافة التقليدية الصينية أو التهجين. انتقي بعناية عينات ترى أنها تمثل ما قد لاحظته أو عن الحجج التي تود عرضها،

مثلما فعلت مع السيارة Smart ولون جلد النمر خاصتها7، وتحدث عن كيفية عثورك عليها، وما تفهمه عنها، وإذا كانت لديك مساحة للمزيد، مثلما قد يدفع هوارد بيكر Howard Becker أو برونو لاتور Bruni Latour، فقدم المزيد من التفاصيل.

شكر وتقدير

أود أن أشكر جين برجيس Jean Burgess وأكسيل برونس Axel Bruns وجون هارتلي John Hartley على طلبهم مني أن أكتب هذه الورقة البحثية وأحررها؛ ونيكي هول Nicki Hall على إسداء النصح لي بشأن كيفية القيام بذلك؛ ونيكولاس نوفا Nicolas Nova على دعوتي إلى Lift10 لحديث أضحى المسودة الأولى لهذه الورقة البحثية وللتقييم البناء في مراحل متعددة من البحث (ابحث عن الورقة البحثية التي اشتركنا معًا في تأليفها عن أبحاث التصميم، ستصدر قريبًا)؛ ونيكولاس زوفيري Nicolas Zufferey وهوارد إس بيكر Howard S. Becker على المناقشات والنقد والصداقة. وإنني ممتن غاية الامتنان إلى الدعم المالي من قبل Soci´et´e Acad´emique de Gen`eve, Fonds Han Suyin.

ملاحظات

1- إن تركيزي على المادية متأثر بالتطورات الحديثة في العلم والدراسات التكنولوجية، لا سيما عمل تريفور بينتش Trevor Pinch في دراسات الصوت. انظر على سبيل المثال بينتش (Pinch 2002).

2- حجتي هنا مستلهمة من عمل هوارد بيكر Howard Becker، الذي يشارك لاتور Latour الرأي بشأن الوصف (انظر بيكر Becker 1998: 58). إن كتابة بيكر Becker هي الشرح المثالي للمبادئ المقدمة آنفًا. كما قد نشر أيضًا كتابًا عن مسألة الكتابة التي تناقش بعمق المنهجية التي يعتمد عليها (انظر بيكر Becker 2007).

3- بدأ بارني جلاسر Barney Glaser، الذي شارك في عام 1967 مع أنسيلم ستراوس Anselm Strauss في تأليف الكتاب الشهير عن النظرية ذات الأساس (جلاسر Glaser وستراوس Strauss 1975) منهجًا مختلفًا نوعًا ما عن منهج كوربين Corbin وستراوس Strauss. وأنا أعتمد هنا على وجه الخصوص على عمل الأخير.

4- أخبرني مصمم ويب سويسري بأن هذه السمة، التي يُطلَق عليها أحيانًا "بصمات أقـدام"، هي معيار على العديد من مواقع التواصل الاجتماعي في آسيا.

5- كان لدى Facebook طرق أخرى لعرض الإعلانات أيضًا، غير أنني لا أناقشها لأن المقارنة تستخدم هنا فقط كأداة للتحليل؛ فالبحث يركز على Happy Network.

6- استعرت هذه الحجة من نظرية التفاعل في علم الاجـتماع (بيكـر Becker 1973)، التـي تشير إلى الاعتماد على الكيفية التي تؤهل من خلالها العناصر الفاعلة نفـسها والآخـرين، ومن إرشاد "دراسات العلم والتكنولوجيـا" إلى "اتبـع العنـاصر الفاعلـة" (لاتـور Latour 1987). بشكل عام، يتشارك بيكر ولاتور الإجراءات نفسها ويطرحان حجج متماثلة (أمـا على نحو تقديري، فبينما يناقش الأول الفـن والمـسائل المنهجيـة في العلـوم الاجتماعيـة، يعتمد الأخير على الدراسات العلمية والفلسفة).

7- اخترت لقطات الشاشة القليلة المقدمة في هذا الفصل من بين مجموعة تربو على أربعـة آلاف. ويعد اختيار المثال المناسب لتوضـيح وجهـة نظـر المـرء جـزءًا محوريًـا مـن عمـل الوصف.

المراجع

Baldwin, J.R., Faulkner, S.L., Hecht, M.L., and Lindsley, S.L., eds. (2006) *Redefining Culture*: *Perspectives Across the Disciplines*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Becker, H.S. (1973) *Outsiders*: *Studies in the Sociology of Deviance*. New York: Free Press.

Becker, H.S. (1998) *Tricks of the Trade*: *How to Think About Your Research While You'reDoing It*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Becker, H.S. (2007 [1986]) *Writing for Social Scientists*: *How to Start and Finish Your Thesis Book*, *Or Article*, 2nd edn. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Borofsky, R., Barth, F., Shweder, R.A., et al. (2001) "A Conversation about Culture." *American Anthropologist*, 103(2), 432-446.

Corbin, J., and Strauss, A. (1998) *Basics of Qualitative Research*: *Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. London: Sage.

Glaser, B.G. and Strauss, A.L. (1975 [1967]) *The Discovery of Grounded Theory*: *Strategies for Qualitative Research*. Chicago, IL: Aldine.

Goody, J. (1992) "Culture and Its Boundaries: A European View." *Social Anthropology*, 1(1a), 9-32.

Kroeber, A.L. and Kluckhohn, C. (1952) *Culture*: *A Critical View of Concepts and Definitions*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Latour, B. (1987) *Science in Action*: *How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Latour, B. (2005) *Reassembling the Social*: *An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Maxwell, R. (2001) "Why Culture Works" in R. Maxwell, ed., *Culture Works*: *The Political Economy of Culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Pinch, T. (2002) "Emulating Sound. What Synthesizers Can and Can't Do: Explorations in the Social Construction of Sound" in C. Zittel, ed., *Wissen und soziale Konstruktion*. Berlin: Akademie Verlag, pp. 109-127.

Samovar, L.A. and Porter, R.E. (2003) "Understanding Intercultural Communication: An Introduction and Overview" in L.A. Samovar and R.E. Porter, eds., *Intercultural Communication*: *A Reader*. Belmont, CA: Wadsworth, pp. 6-17.

Triandis, H. (2007) "Culture and Psychology: A History of the Study of Their Relationship" in S. Kitayama and D. Cohen, eds., *Handbook of Cultural Psychology*. New York: Guilford Press, pp. 59-76.

Zimmermann, B. (2010) "Redesigning Culture: Chinese Characters in Alphabet-Encoded Networks." *Design and Culture*, 2(1), 27-43.

Zimmermann, B. (2011) "Analyzing Social Networking Web Sites: The Design of Happy Network in China" in G. Adamson, G. Riello, and S. Teasley, eds., *Global Design History*. New York: Routledge, pp. 153-162.

Zimmerman, B. (forthcoming) *Technology and Cultural Difference*: *Electronic Music Devices*, *Social Networking Sites and Computer Encodings in China.*

الفصل الحادي عشر

التعلم من الخلل الوظيفي للشبكات

حوادث ومشروعات وعوالم صغيرة من العدوى

توني دي سامبسون Tony D. Sampson **وجوسي باريكا** Jussi Parikka

في فبراير 2010، انتشرت حالة من الذعر الإعلامي المميز عبر الصحافة الشعبية البريطانية فيما يتعلق بحملة تسويق إعلامية جديدة طورتها شركة تسمى(DubitInsider 2010). وبالاشتراك مع العلامات التجارية المنتسبة إليها - المدرجة على موقع الويب المشارك الخاص بـ DubitInsider بوصفها تضم4 Channel وChildline وDisney و Electronic Arts وJetix وLudorum وMattel - يقدم مفهوم DubitInsider فكرة تسويق بسيطة جدًا. فقد سعى إلى تعيين أفراد شباب تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى 24 عامًا ممن يعتبرون أنفسهم "قادة نظراء يتمتعون بمهارات تواصل قوية" للعمل بوصفهم "سفراء للعلامة التجارية".

باختصار، تطلب هذا نقلًا سريًا لمقترحات خاصة بمنتجات على الإنترنت ومن دون الاتصال بها لهؤلاء النظراء من الشباب عبر النشر الخفي، النشر على لوحات الرسائل ومواقع التواصل الاجتماعي ورسائل البريد الإلكتروني ومحادثات برنامج المراسلة الفورية، وتنظيم

أحداث صغيرة واستضافة حفلات صغيرة. بصورة مهمة، أثارت الحملة الاستياء المعنوي لصحيفة The Sun (هاميلتون Hamilton 2010) وThe Daily Mail (بولتر Poulter 2010) ليس فقط بسبب الطبيعة السرية لاستراتيجية التسويق نفسها وإنما أيضًا لأن هؤلاء السفراء الشباب للعلامة التجارية بدا أنه تم الدفع لهم نظير تسويق أطعمة سريعة "غير صحية" للقُصر.

إن الاستراتيجيات المعتمدة على الاستفادة من نشر التأثير الاجتماعي ليست حديثة العهد على وجه الخصوص. فقد كان الاعتماد على البحث عن الأفراد المؤثرين ("العناصر الفاعلة") عصب استراتيجيات "التسويق الشفهي" (Word-of-mouth) ومستمر في تنويعات ما يُعرَف باسم "التسويق عبر الماوس"(Word-of-mouse) على هذا الموضوع. فمثلًا، تسعى شركة تسويق أخرى، هي in4merz.com، إلى الاستفادة من العلاقات المعدية المرتقبة القائمة بين الأصدقاء "على الإنترنت وخارجها" بهدف ترويج أعمال موسيقية؟ مثلما يزعم موقع الويب الخاص بالشركة، " ‘In4merz في طريقها نحو التوفيق بين فنانينا وأصدقائك الذين ربما يعجبون بهم" (in4merz n.d.). ينتج أعضاء In4merz الشباب ملصقات ولافتات وفيديوهات عن الأعمال الموسيقية ويغردون على Twitter حولها، ويتركون تعليقات على Facebook أو على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. لكل مستوى ترويج، يربح In4merz نقاطًا قابلة للتحويل إلى تذاكر حفلات وأقراص CD وDVD والفرصة العارضة لمقابلة عملهم الموسيقي المفضل.

فيما وراء مخاوف الصحف الشعبية فيما يتعلق بالأطعمة السريعة واستغلال سوق الشباب المحتمل أن يكونوا دون السن القانونية، فإن ما يهمنا هنا هو كيف يتداخل منطق استراتيجيات التسويق هذه مع منطق توزيع الرسائل المزعجة أو غير المرغوب فيها والفيروسات. بالفعل، في سياق مغاير، قد يطلق على إخفاء رسائل العلامات التجارية غير المرغوب بها في وسائل الإعلام الاجتماعية واحتمالية إرسال كم كبير من العروض الخفية لترويج المنتجات للحصول على مكافأة مالية بريد مزعج أو غير مرغوب فيه. بالإضافة لذلك، فعلى النحو الذي صممت به لنشر مقترحات منتجات أشبه بفيروس

حصان طروادة Trojan horse عبر الشبكات الاجتماعية للأصدقاء القائمة على المحاكاة، وسواء أأصبحت هذه الاستراتيجيات فعليًا معدية أم لا، فإن هدفها هو أن تصبح فيروسية أو تنتشر بسرعة على نطاق واسع.

الأهم في المحتمل هو أنه حينما تنفصل هذه الاستراتيجيات عن السياقات الخارجة عن المألوف للبرامج "المعيبة" وتصبح ملتصقة بمجالات اختصاص منشأة تجارية، تضحى جزءًا من تغيير أوسع نطاقًا، أو على الأقل منظور للتغيير، بصدد النحو الذي يمكن من خلاله تسخير العلاقات الاجتماعية القائمة على المحاكاة وشبكات التواصل المعدية والكيانات المعرضة للهجوم والحالات المزاجية اللاواعية. وبمواصلتنا عملنا الأسبق معًا (انظر باريكا Parikka وسامبسون Sampson 2009: 1-18)، نفهم هذه العملية كجزء من منطق البريد المزعج أو غير المرغوب فيها الناشئ وفيروسية رأسمالية الشبكات. بعبارة أخرى، بمجرد إزالته من مقهى إنترنت نيجيري أو مشهد كتابة فيروسات بلغاري، يصبح المنطق الذي تم تبنيه نشاطًا تسويقيًا مطبعًا على الإنترنت، لا يؤدي فقط بواسطة شركات وإنما أيضًا مضمن في علاقات اجتماعية لأفراد كجزء من استراتيجيات المنشآت التجارية وتصميم العلامات التجارية. ويشير كل هذا إلى أن البريد المزعج أو غير المرغوب فيه والفيروسية لم يعدا صورًا من الخروج عن المألوف، ولكنهما في طريقهما سريعًا لأن يصبحا الوسيلة القياسية المقبولة لإجراء العلاقات الاجتماعية وتنظيم المشروعات التجارية في العالم الرقمي. ولنكون على يقين، فإنه إذا كانت توصيات الند للند وأزرار الموافقة على "التسويق الشفهي للمرحلة الثانية من تطور الإنترنت" تميز النموذج الحالي لوسائل الإعلام الاجتماعية، فإن هذه الحملات دالة على تسويق أكثر عنفًا واستهدافًا من جانب المرحلة الثالثة من تطور الإنترنت لاقتراح يلوح في الأفق بالفعل. بدلًا من مجرد السعي لنشر التأثير عبر برنامج مرتبط بشبكة، تجتذب ويب 3.0 (أو المرحلة الثالثة من تطور الإنترنت) المشهد العاطفي للمستخدم والرغبة في الحميمية (لودوفيكو Ludovico 2005) وتستغل الملاءمة وإمكانية العدوى للشبكات التي تمرره (سامبسون Sampson). إن هذا لا يعني أن الشبكات هي المنصة المثالية بشكل مؤقت للعدوى وإنما أن ملاءمة أشكال معينة من علاقات شبكات الاتصال رفيع المستوى الوجدانية والمكثفة

والراسخة، مثل الصداقة، تعد طريقة رمزية تمثيلية للتفكير عبر ممارسة سلطة العدوى عبر المنصات التقنية أو الفنية" من العلاقات البشرية إلى العلاقات عبر البرامج.

يوضح هذا الفصل ديناميكيات الرسائل غير المرغوب فيها والفيروسات وصور "الخروج عن المألوف" الأخرى ذات الصلة كأجزاء مكونة لعوالم جديدة خاصة بدراسة الأوبئة "مبتكرة" من قِبَل المنشأة التجارية. ويشير هذا إلى تغير في التركيز من مسائل أو موضوعات تعد معدية إلى بيئات - سواء وسائل إعلام اجتماعية أو مساحة حضرية - مصممة لتتلاءم مع إمكانية العدوى تلك بوصفها سمة خاصة بالبيئة أو الوسط الاجتماعي. نركز هنا على الإمكانات الإبداعية المميزة للحل الوظيفي في إنتاج بيئات الشبكات/ وكيف يضيف "التعلم" من أوجه عدم انتظام إعلانات التواصل المطبعة أو المعيارية دماءً جديدة إلى هذا العالم. نناقش كيف تتم تصفية قدر كبير من هذه المعرفة الفنية الجديدة فيما يتعلق بالقوى المثمرة لما هو مخالف للقاعدة أو خارج عن المألوف عبر الدائرة الثقافية للرأسمالية" "حلقة تغذية راجعة تهدف إلى إبقاء الرأسمالية تلوح على طول حافة تناقضاتها" (ثريفت Thrift 2005: 6). بهذه الصورة، يتم الاستئثار بالتوترات المتضاربة أو المتعارضة، التي تدعم عمليات العدوى "الرديئة" على ما يبدو، من جانب منطق تحقيق الأرباح المتسع وعملية إنتاج (إعادة الإنتاج) الاجتماعية لرأس المال. باختصار، يوضح هذا الفصل كيف يتم استغلال المعرفة الجديدة المكتسبة مما يبدو أنها أحداث عرضية في الأغلب للشبكة وذلك من قِبَل المنشأة التجارية، ليؤدي إلى وضع نموذج مستهلك جديد يهدف إلى إنتاج بيئات جاهزة بحيث يمكن أن يصبح الانتشار المتقلب للتأثير الاجتماعي محفزًا ومستجابًا له بصورة أكبر.

مجددًا لا تعد ملاحظة أن الخارج عن المألوف والعارض والمختل وظيفيًا يمكن الاستئثار به كجزء مما يبدو أنه النمط السائد بالشيء الجديد. فقد بحث عملنا، على ذلك النحو، بالفعل في الحافز السياسي للمفهوم الدوركايمي (نسبة إلى الفيلسوف وعالم الاجتماع إميل دوركايم) للامعيارية في القرن التاسع عشر والذي بموجبه يُفهَم الخارج عن المألوف على أنه شر لا بد منه يستفز اتجاهات الاستقرار (والامتثال للقانون) للوعي الاجتماعي

الجمعي (باريكا Parikka وسامبسون Sampson 2009: 11؛ سامبسون Sampson 2010). في هذا الفصل، اقتربنا بإيجاز من أحد المعاصرين لإميل دوركايم Emile Durkheim، وهو جابرييل تارد Gabriel Tarde، الذي ربط في تناقض صارخ الوسط الاجتماعي بالعلاقات العارضة وغير الواعية في الأغلب للمحاكاة والتأثير. مؤخرًا، قد تمتع تارد Tarde بمتابعة جديدة عبر مجموعة من واضعي النظريات الذين يحاولون الخروج بطرق بديلة لفهم الجانب الاجتماعي: ويعد ثريفت Thrift وموريزيو لازاراتو Maurizio Lazzarato وبرونو لاتور Bruno Latour وجيلس ديليوز Gilles Deleuze من بين مطوري أفكار تارد Tarde الأبرز. هنا، نوظف تارد Tarde من أجل الإشارة بشكل سريع إلى فهم متزايد للكيفية التي يمكن أن تُوجَّه بها حوادث العدوى بحق صوب أهداف تجارية محددة.

كذلك، يدعم أسلوبنا، إلى حد ما، الكتابات الأحدث بشأن مستقبل الإنترنت. على سبيل المثال، يدفع جوناثان زيتراين Jonathan Zittrain(2008) بأن الفيروسات والرسائل المزعجة غير المرغوب فيها وديدان الكمبيوتر الفيروسية تمثل تهديدات للقاعدة المولِّدة للإنترنت.

بالمثل، نرى أن تلك الأفعال الاجتماعية المدفوعة ببرامج الكمبيوتر مستغلة للقواعد المفتوحة للإنترنت، غير أننا نقر بالمدى الذي قد حمست وألهمت به هذه الممارسات المنطق التجاري للمنشأة التجارية. مثلما قد ترسخ بالفعل في المجال، فإنه يمكن النظر إلى الفيروسات والبريد غير المرغوب فيه على أنها " (جالوواي Galloway وثاكر Thacker 2007)، علاوة على أمثلة الرأسمالية الفيروسية (باريكا Parikka 2007). إنها عوامل مشكلة للخبرات على الشبكة (باريكا Parikka وسامبسون Sampson 2009: 4) ودالة على ثقافات الشبكات القائمة على المحاكاة (سامبسون Sampson 2010). إن البرامج "الرديئة" ليست بالضرورة برامج "ضارة". فهي تصبح مكونًا أساسيًا لمنطق تملك بديل مُولِّد يطبق في إنتاج العوالم الصغيرة من العدوى والتي يمكن فيها أن يتأثر بسرعة المستهلكين الشاردين في المعتاد وأن يوظفوا في عملية إعادة إنتاج المزيد من التأثيرات.

يتناول هذا الفصل أيضًا، على ذلك النحو، الأحاديث المتعلقة بالاستئثار بالعمالة الحرة في ثقافة الشبكات (تيرانوفا Terranova 2004). وعلى الرغم من ذلك، فإن مناقشتنا تبدأ بتوضيح كيف تم تخطيط هذه العوالم الوبائية بواسطة علوم الكمبيوتر في ثمانينات القرن العشرين قبل أن تسود الفروع الناشئة لقطاع أمن الشبكات. علينا إذًا أن نمضي في ملاحظة كيف تمت أيضًا محاكاة عوالم الأوبئة من جانب علوم الشبكات مع مطلع الستينات من القرن العشرين ويجري الآن تصديرها، عبر دوائر الرأسمالية، إلى قطاع الأعمال والمنشآت التجارية.

تعريف الخلل الوظيفي

سواء أوافق المرء أم لا، فإنه لا يمكن بسهولة إغفال الأثر الهائل لـ "شرور" ثقافة برامج الكمبيوتر، مثل الرسائل غير المرغوب فيها والفيروسات، على النحو الذي نفكر بشأن الإنترنت من خلاله. منذ ثمانينات القرن العشرين، كان من الصعب تجاهل تأثيرات البرامج الضارة، التي تهدد من ناحية بزعزعة استقرار اليوتوبيات الرقمية ومن ناحية أخرى يزعج الممارسات اليومية التي تجعل شبكة الإنترنت تعمل. بصرف النظر عن العديد من المزاعم المتفائلة التي طرحت في تسعينات القرن العشرين بشأن تحول نحو ثقافة رقمية خالية من الاحتكاكات، تبعد حقيقة الكيفية التي توجه بها البرامج إدراكنا للرقمية والكيفية التي تدار بها البرامج نفسها بشكل متواصل ودقيق عن الخلو من الاحتكاكات. في واقع الأمر، يبدو أن توازن التكوينات الاستطرادية للإنترنت قد تحول من اليوتوبيات الرقمية في أواخر التسعينات من القرن العشرين إلى اتجاه مركزية البرامج إلى منحى سيء - ليس مجرد أنظمة التشغيل والتطبيقات المصممة بشكل رديء، بل البرامج المصممة من أجل إلحاق "أضرار". لقد أثرت ديناميكيات البرامج "الضارة" مثل الفيروسات والرسائل غير المرغوب فيها على إدراكنا لبرامج الكمبيوتر في العموم، وجعلت منها مسألة محورية في إدارة التفاعلات الاجتماعية على الإنترنت.

تُفهَم العلاقات الاجتماعية بصورة متزايدة عبر برامج الكمبيوتر ومنصاتها، سواء على سبيل المثال أكان هذا يرتبط بقضايا الخصوصية المحيطة باستخدام Facebook في

تعقب التشكيلات وتعريفها (مؤخرًا سمة التعرف على الوجه) أو منطق "من يتابع من" الذي ينتج مجتمعات Twitter. وتعد جميع تلك العلاقات الاجتماعية في صميمها أكثر تنظيمًا من الناحية الحسابية؟ إنها نفس العلائقية الاجتماعية الحسابية التي تعد ذات أهمية محورية للإمكانية الوظيفية للبرامج "الرديئة أو الضارة" وأنه، نظرًا لأن ديناميكيات الفيروسات والرسائل غير المرغوب فيها أصبحت جزءًا من ثقافات الشبكات، فإنها تبدأ أيضًا في تحديد مزيد من الممارسات وأنواع البرامج التي تميز العمليات الجديدة الأوسع نطاقًا التي ترمز لهذه الثقافات. على طول هذه الخطوط، ندفع عنا بأن إرسال الرسائل المزعجة غير المرغوب فيها والانتشار الفيروسي (السريع واسع النطاق) مقحمان في تحول نحو مشروع تجاري جديد يسعى بشكل مثمر نحو تضمين ما كان يعد "سيئًا أو رديئًا" في السابق إلى مجموعة الدوائر خاصتها.

وعلى الرغم من هذا، فإنه قبل فهم أهمية نماذج العمل الناشئة هذه بالنسبة لوسائل الإعلام الاجتماعية والرأسمالية في العموم، نحتاج إلى الرجوع إلى أصولها في تحول بيولوجي أقدم. إن الاثنين، اللذين نقترحهما، متشابكان بحميمية في المساحات البيوسياسية التي تؤلف ثقافات الشبكات. لقد تم توثيق التحول البيولوجي في الحوسبة بشكل جيد في مواضع أخرى بواسطة تيرانوفا Terranova(2004)، من ثم، فنحن هنا نرغب في جذب انتباه بعينه إلى النحو الذي يلعب من خلاله مزج تكنولوجيا برامج الكمبيوتر والنمذجة البيولوجية دورًا مهمًا في إنتاج الأمن.

بغض النظر عن افتقار نادر لإجراءات أمنية استباقية مضمنة بشكل فعال في البنية التحتية للإنترنت، فإن النماذج المضادة للفيروسات والمناعية والوبائية قد أضحت عوامل مميزة في عصر الإنترنت. في مرحلة مبكرة من أبحاث علوم الكمبيوتر، ظهر الارتباط بين البرامج والإمكانات الفيروسية المعقدة على السطح. فمثلًا، قدم فريد كوهين(Fred Cohen 1986) مساهمات مهمة في تخطيط ظاهرة العدوى الرقمية. في الحقيقة، بحلول منتصف الثمانينات من القرن العشرين، كان كوهين قد عبر عن تحفظات مؤثرة إزاء حدود أمن الشبكات الكامل. ودفع بأن التواصل المفتوح، المتحقق عن طريق مشاركة المعلومات

عبر شبكة، متكافئ مع الانفتاح الذي يعد لقمة سائغة للعدوى. بعبارة أخرى، يتطلب الأمن الكامل قيود سلسلة ومجموعات فرعية مغلقة تصبح عناصر ذات تسلسل هرمي، أو أعناق زجاجات، في بنى تحتية خاصة بالشبكات تثبط المشاركة (كوهين Cohen 1986: 85-86). على نحو مهم، حينها، يوضح أسلوب كوهين المرتبط بعلم الأوبئة في التعامل مع مقاطعة الشبكات أنه لا يمكن الفصل بين مشاركة المعلومات ومشكلة فيروسات الكمبيوتر. فلا يمكن أن تمر بإحداهما دون الأخرى.

وعلى الرغم من أن هذا الإدراك المهم في أسلوب تناول البنى التحتية للشبكات ليس متسترًا على نحو مفاجئ في خطاب الصناعة الأمنية، فإنه تتم ملاحظة عدم قابلية الفصل بين المشاركة والفيروسية على نحو متزايد بوصفها تيارًا عائدًا محتملًا لعمل الشبكات. مثلما قد أظهر نموذج Facebook جيدًا، فإن المشاركة محرك محوري في إنتاج القيمة لثقافات الإعلام التشاركية. غير أن الفيروسية مطبوعة أيضًا في نسيج ثقافات برامج الكمبيوتر، كما أن منطقها متأصل في العادات الاجتماعية والعلاقات ومشاركة المشاعر، وفي الأغلب تم استغلال الأفعال الاجتماعية غير الواعية بواسطة استراتيجيات ناشئة لأعمال الشبكات.

إن عدم إمكانية الفصل بين المشاركة والفيروسية تطرح نموذج شبكات مغاير تمامًا لتلك التي تم تقديمها بشكل شائع في دراسات الاتصال. وفقًا للتعريف، ليست الشبكة مخططًا متجمدًا من عقد قابلة للتمثيل وحواف مرتبطة ببعضها البعض بشكل هندسي. إن الإنترنت مساحة زمنية مفتوحة وديناميكية مؤلفة من تفاعلات ومقاطعات مليئة بالأحداث. إنه تجمع من الشبكات يأتي ضد نقاط الضعف المعمارية، في حاجة إلى مشروع حوكمة مستمرة وصيانة مطردة ترمي إلى تصفية تدفقات الشبكة المزعزعة للاستقرار عبر أمن غير كامل. وفي ضوء نقاط الضعف هذه، نجذب الانتباه مجددًا إلى الكيفية التي تعبر من خلالها أوجه الخلل الوظيفي عن مادية، أو منطق، لفعل كان قد تم تجاهله بدرجة كبيرة (في رأينا) في مجال الإعلام والاتصال. نرى بدلًا من ذلك كيف قد بدا الخلل الوظيفي ضخمًا في الهندسة والعلم، ويوجه الآن محاولات قطاع الأعمال والتجارة لاستغلال إمكانات

الإنترنت. إن هذا خط منطقي لا يعد فيه النشر المتعدد المفرط المؤتمت والنسخ الفيروسي واختراق النظم بالضرورة مؤشرات لعلاقة تنطوي على خلل وظيفي بالأنماط المعيارية من المشاركة والاتصال والإبلاغ، وإنما تعبر عن إمكانات العلاقة التكافلية بين الخروج عن المألوف والمعيارية (باريكا Parikka وسامبسون Sampson 2009: 1- 18).

ويتمثل جانب محوري في هذه التطورات في فهم متزايد مرتبط بعلم الأوبئة لبيئات الشبكة. غير أن هذا ليس علم أوبئة مكرس فقط لإبادة فيروسات الكمبيوتر الخبيثة مثل Melissa المشين أو تفشي Love Bug. مثلما أشار كوهين، ثمة احتمال لوجود فيروس حميد. بالتأكيد، في الثمانينات وأوائل التسعينات من القرن العشرين، لم يكن من الغريب أن نقرأ عن فيروسات برامج تجريبية تستخدم كجزء من إدارة جديدة، وكانت الإجراءات التنظيمية والأمنية التي تعمل بوصفها "لقاحات"، برامج فيروسية "قادرة على التنقل عبر أجهزة الكمبيوتر على شبكة ما وجمع المعلومات واكتشاف أوجه الخلل ونقل المعلومات مجددًا إلى مدير الشبكة" ("فيروس مؤتلف يحمي الشبكة" Recombinant Virus Protects Network (ديمرس وآخرون Demers et al. 1987)، أو تنظيم المعلومات عبر "صيانة متكررة لقاعدة البيانات" (ديمرس وآخرون Demers et al. 1987)، تعد "فكرة جيدة" (سامبسون Sampson 2005). قد لا يكون من الصعب تخيل كيف أن احتمالية تحويل الأفكار "السيئة" إلى ابتكارات فعالة جديدة سرعان ما ستجذب انتباه المسوق. مثلما أشار إيستر دايسون Esther Dyson في عام 1999، "يسمع غالبية الناس أصحاب التفكير السليم عن فيروس Melissa. غير أن قليلًا من المسوقين الفاسدين سياسيًا يتعجبون من قدرته على الوصول إلى جماهير بين عشية وضحاها. تخيل ربط رسالة التسويق خاصتك بمثل ذلك الفيروس".

نمذجة الخلل الوظيفي

لقد لعب فيروس الكمبيوتر دورًا حاسمًا في توليد أفكار جديدة في علم الشبكات. فالأبحاث في مجال التفاعل البشري مع الفيروسات تغذي نماذج التأثير الاجتماعي. يبدو أن الفيروس الرقمي قد نبه إلى فهم شامل بلا دال لانتشار وباء قيل إنه يحدث عبر نطاق

من الشبكات الاجتماعية التقنية. وبمرور هذه الأفكار عبر الدوائر الثقافية للرأسمالية سالفة الذكر، فقد ظلت هذه الأفكار (والممارسات المرتبطة بها) داخل الأوراق البحثية والكتابات العلمية الرائجة، التي تربط بين المتحمسين في المجالين الأكاديمي والتجاري. وعلى الرغم من ذلك، فإن تدفق هذه الأفكار لم يمضِ من دون إثارة الجدل. ففي صميمها، ظهر خلاف علمي حول تساؤل: ما الذي يسبب وباءً؟ من جانب، يشير أسلوب مرتبط بعلم الأوبئة راسخ (ومحبوب بدرجة كبيرة) إلى "الالتصاق" المتوقع لما يُعرف باسم "العناصر الفاعلة": نخب عشوائية تمرر اتجاهات إلى الآخرين الأقل أهمية. وعلى الجانب الآخر، تقترح أشكال المحاكاة الحاسوبية الفعالة الجديدة للعدوى نموذجًا جديدًا للبحث تلعب فيه العوامل البيئية العارضة وغير المتوقعة دورًا فعالاً في سلطة النقل الخاصة بالمستهلكين.

وعلى الرغم من أوجه الاختلاف بينهما، فإنه يمكن نسب هذين الشريطين من الوبائيات إلى برنامج بحثي اجتماعي وليس طبي. فكلاهما مستلهم من تجربة ستانلي ميلجرام Stanley Milgram(1967) المعروفة باسم "تجربة بوسطن" (Boston experiment) من ستينات القرن العشرين. تصدى ميلجرام بشكل مشهور للوصول إلى فهم أفضل للكيفية التي يتواصل بها الناس مع بعضهم البعض في العالم من خلال نقل خطابات موجهة إلى صديق سمسار أوراق مالية في بوسطن إلى أشخاص تم اختيارهم عشوائيًا في مدينة أوماها بولاية نبراسكا. وبالنظر إلى المجموعة العشوائية من العقد الاجتماعية المسلم بها التي تربط برية نبراسكا بالزحف الحضري العشوائي في بوسطن، كان من الأمان افتراض أن الخطابات قد لا تصل إلى وجهتها المقصودة مطلقًا. وعلى الرغم من ذلك، فإن غالبيتها قد نجحت في ذلك، من خلال مرورها بشكل ملحوظ عبر نقاط اتصال أقل مما قد تم توقعه في السابق. وعلى الرغم من أن تصور ميلجرام Milgram المبكر لما قد أصبح يعرف بشبكة عالم مصغر أو ظاهرة الست درجات لا يدل بصورة مباشرة على انتشار الوباء، إلا أن نموذجه لتكتل اجتماعي قد حفز كثيرين على دراسة كيف يمكن أن يتعلق انتشار أشياء في العموم بمنطق عام ليس عشوائيًا بشكل حصري.

لقد تبنت غالبية دوائر التسويق المعاصرة مسئوليتها عن النموذج الوبائي الاجتماعي المعتمد على الدور العشوائي للعنصر الفاعل. ظهر مفهوم العنصر الفاعل في الأصل في سياق الكتاب الأكثر مبيعًا "نقطة التحول" (The Tipping Point) في عام 2000. ولا يزعم مؤلف الكتاب، مالكوم جلادويل Malcolm Gladwell، وهو صحفي شهير في مجال التجارة والعلوم والطب، فقط أن صيحات التسويق تنتشر مثل فيروس، بل استطاع أيضًا أن يمزج بين تجربة بوسطن لميلجرام Milgram وبين تفسير أولي لنظرية العتبة الوبائية (جلادويل Gladwell 2000: 34 - 36، 9-7). باختصار، ينتشر وباء عبر قليل من العقد العشوائية بدرجة كبيرة والمصابة بالعدوى التي يمكن أن يمتد تأثيرها إلى داخل الشبكة، ليخترق في نهاية المطاف نقطة تحول أو نقطة عتبة، التي يفوق عدد العقد المصابة بالعدوى داخلها عدد تلك العقد غير المصابة. ويرى جلادويل Gladwell أنه يمكن خرق نقاط التحول عندما تتشكل تكتلات عالم صغير حول العلاقات الاجتماعية لقلة عشوائية. ويمضي في مقارنة انتشار مرض الزهري بواسطة مدمني الكوكايين العشوائيين في الأحياء الفقيرة في بالتيمور بالهوس المتنامي بالجراء من قِبَل طارحي صيحات الموضة المؤثرين في نيويورك. مثلما قد أشارت إحدى مجلات الأعمال مؤخرًا:

> "في التسويق الحديث، تعد هذه الفكرة - أن كادرًا صغيرًا من الأشخاص المتصلين يحفز الاتجاهات أو الصيحات - مغرية بصورة هائلة. إنها أساس حملات التسويق الفيروسي والشفهي: أوصل لتلك المجموعات النادرة المتمتعة بكامل السلطة أو النفوذ، وستصل لكل شخص آخر عبرهم، مجانًا بالأساس. (تومبسون Thompson 2008).

يتمثل اسمان من أحدث الأسماء التي يتم ربطها بشكل متكرر بهذا النموذج الجديد للتأثير الاجتماعي (وجلبها إلى المنشأة التجارية) في دونكان واتس Duncan Watts وألبرت لاسزلو باراباسي Albert-Laszlo Barabasi. ومع محاولة التصدي لأشكال عدوى الصيحات أو الموضات من خلال مقارنتها بأشكال العدوى الفيروسية البيولوجية والرقمية، بشر باراباسي Barabasi بأسلوب جديد من خلال المزج بين ظاهرة العالم

الصغير لميلجرام Milgram والنماذج الوبائية الأحدث الخالية من المقياس. واستنادًا إلى دراسات الشبكات الإلكترونية، تقدم الشبكات الخالية من المقياس بنية يكون فيها النظام والعشوائية في مزيج متناقض مع بعضها البعض. وموظفًا هذه الفكرة، يجذب بارباسي الانتباه إلى الكيفية التي يقوض بها الاستمرار الوبائي لفيروس الكمبيوتر Love Bug كلاً من أسس نظرية العتبة وإمكانية التنبؤ بالعنصر الفاعل (باراباسي 131 :Barabasi 2003). ومن خلال الاستشهاد ببحث نشر بعد عام من الإشارة لأول مرة إلى أن فيروسLove Bug طرح لغزًا بالنسبة لنظرية العتبة، يشير إلى "إطار وبائي جديد" يميزه عدم وجود عتبة والسلوك النقدي ذي الصلة (باراباسي 135 :Barabasi 2003). بعبارة بسيطة، في الشبكات الخالية من المقياس، يكون أي جهاز كمبيوتر عشوائي في موزع Hub كافيًا لإنتاج وباء، إذ إنه من المحتمل أن يكون غير محمي ومتصلاً بعدد هائل من أجهزة الكمبيوتر الأخرى داخل شبكة بحيث سينشر فيروس حتمًا إلى جهاز آخر من دون الحماية المناسبة من الفيروسات. إن الإنترنت عرضة لانتشار أشكال العدوى واستمرارها، بصرف النظر عن مدى انخفاض فوعتها (مقدار حدتها) (باتش Patch 2001).

وتصبح احتمالية نقل هذا النموذج الجديد إلى قطاع المشروعات التجارية أكثر وضوحًا في أحدث عمل تجاري لدونكان واتس Duncan Watts لحساب Yahoo! (تومبسون Thompson 2008). وفي أعقاب نجاح كتابه الأكثر مبيعًا المتأثر بميلجرام Milgram "ست درجات" علم عصر الاتصال" Six Degrees: The Science of a Connected Age (واتس Watts 2003)، كان واتس Watts مشغولًا بنمذجة سلطة النقل الخاصة بالمستهلك عن طريق السعي لتحفيز سلاسل معدية في أشكال محاكاة افتراضية لعالم مرتبط بشبكة. على عكس إمكانيات التوقع المفترضة في نظرية "العناصر الفاعلة"، يبدو أن بحث واتس Watts يشير على نحو أكثر استعدادًا إلى مجموعة من الأحداث العارضة التي تقع لشبكة من الأفراد سريعة التأثر (ومن ثم) أكثر قابلية للعدوى. وهذا يعني أنه ليست العناصر الفاعلة وحدها هي التي تحفز العدوى فحسب، وإنما أي شخص متصل بالعالم المرتبط بشبكة المعتمد عليهم والذي يتقدم بخطى متعثرة نحو مواجهة عارضة. في الحقيقة، ليست العناصر الفيروسية أو الأفراد المصابة هي التي تشكل أهمية، وإنما قابلية

العدوى للعالم المرتبط بشبكة والذي تنتشر داخله العدوى. إن العدوى تصبح سمة مميزة للبيئة. مثلما يصيغ واتس Watts "إن كان المجتمع مستعدًا لتبني اتجاه أو موضة، فبمقدور أي شخص تقريبًا بدء واحد منها - وإن لم يكن المجتمع كذلك، فلن يستطيع أحد ذلك" (في تومبسون Thompson 2008: 3). إنه عالم التأثير العارض الذي على الرغم من كونه متقلبًا وغير متوقع حتمًا، إلا أنه، كما قد يبدو، لا يتخطى بالضرورة نطاق سيطرة المسوقين. لقد تحول تركيز البحث في الواقع بشكل هائل من الموضوع المؤثر إلى إنتاج عوالم شبكات قابلة للعدوى، مما يعني أنه يمكن تصنيع وتصميم المساحات القابلة للعدوى.

الخلل الوظيفي للشبكة كنظرية بيوسياسية

لنختتم مناقشتنا، نود أن نسلط الضوء على الدور المحتمل أن تلعبه أوجه الخلل الوظيفي للشبكات في نظرية بيوسياسية للتأثير والاقتراح الاجتماعي. بهذه الصورة، نرغب في التأكيد على أن الدروس المستفادة من الخلل الوظيفي تصب مجددًا في الابتكارات الجديدة للمنشأة التجارية. بالفعل، يعد هذا النموذج الجديد للإنتاجية كما يُزعَم جزءًا من نزعة مستمرة في الرأسمالية عرفها لازاراتو Lazzarato(2004) بشكل جيد بالفعل. وهي أنه، على عكس نموذج المصنع الرأسمالي القديم، لم تعد المنشأة التجارية الرأسمالية تنتج عناصر سلعية أو موضوعًا استهلاكيًا، بل، مثلما نراها، تنتج هذه العوالم الصغيرة أو "الأجواء المؤثرة" المعدية، كما يصفها ثريفت Thrift(2008: 221-222) بالمثل. تشير البيوسياسة في هذه الحالة إلى تصميم تلك الأوساط والبيئات التي تستفيد من مجال الأمزجة والعواطف والحساسيات والمدركات والروح الاجتماعية.

بالطبع، لا يتمثل مقصدنا هنا في المشاركة في خطاب عمل يحاول تسخير سلطة التمرير أو النقل الخاصة بالمستهلك لأغراضه الخاصة، مثلما قد سعت الضجة المحيطة بواتس Watts وآخرين لأن تفعل. وعلى الرغم من ذلك، فإن من الجدير بالذكر أن ما قد تعين على ثريفت Thrift(2009) قوله بشأن جلب نماذج العدوى المقحمة في إنتاج هذه العوالم والصور التي يبدو أنها، في حد ذاتها، تصيب بها العالم الذي تتصل به بالعدوى. إن لها سيطرة بحق:

"وراء الإغراق أو الغلو، ما زالت سلسلة من التجارب العملية تسمح لهذا النوع من التفكير بالتحرك ببطء للأمام والبدء في إنتاج وصفات تجدي نفعًا، على الأقل، بالطبع، نظرًا لأنها تبدأ في تغيير النحو الذي يُعتقَد أن العالم يظهر من خلاله - عبر مجموعة من الخطابات البلاغية والتقنيات الجديدة والطرق المختصرة العملية - التي تأتي جميعها مقابل خلفية من رأسمالية متأصلة بصورة متزايدة في ممارسة السلطة البيولوجية" (ثريفت Thrift 2009: 21).

ظهرت نزعتان مهتمان للغاية في هذه الممارسة للسلطة البيوسياسية. إحداهما تتعلق بالحوادث، والأخرى بالمزاج. أولًا، ثمة نزعة بارزة نحو منشأة تجارية لا تتعلم فقط من الخلل الوظيفي للشبكات ولكنها أيضًا قادرة على تهيئة البيئات العارضة للعالم الصغير بحيث تجعلها أكثر سلاسة وقابلية للإدارة، ما لم يكن من الممكن التنبؤ بها بالكامل. إننا ندرك على نحو إضافي عاملًا ثانيًا تستغل فيه المنشأة التجارية بشكل فعال المزاج الجمعي للثقافة المعدية الشائعة "الجاهزة". وباستخدام وسائل التجاهل، واجتذاب الجرأة وأسر المشاعر، يبدو أن ثمة تشابهًا بين المخططات المجردة الفاعلة هنا وتلك التي تؤدي وظيفتها في ثقافات البريد المزعج غير المرغوب فيه والفيروسات. بعبارة أخرى، ما نصل إلى إدراكه بوصفه خاصية لتصميم عوالم اجتماعية مؤثرة في ثقافة الشبكات.

وفيما يتعلق بالاتجاه أو النزعة الأولى، نلاحظ كيف أن المنشأة التجارية في طريقها لأن تصبح أكثر مهارة في تحفيز الحادث، أو على الأقل جعل حوادث معينة تبدو كما لو أنها حدثت مصادفةً. مثلما يشير مسوق فيروسي، تنفصل سلطة النقل عن استبداد كون المرء يتم الإعلان لأجله بجعل فعل النقل يبدو عفويًا (جودين Godin 2000: 25-26). غير أنه بينما يبدو أن تلك العفوية تجسد انفصالًا عن التسويق الجماهيري، نجادل بأنها ليست منفصلة بالكامل عن القوى الاستبدادية للقديم. وفقط لأن العدوى تبدو عارضة، لا يعني هذا أنه لا يمكن إعدادها و"تحفيزها بعناية" (ثريفت Thrift 2009: 18). واعتمادًا على نموذج ميلجرام Milgram الأولي لظاهرة العالم الصغير، فإن عمل واتس Watts لأجل Yahoo! مكتمل في هذا الصدد، بحيث ينظر كما يفعل إلى إمكانية التلاعب بعالم

متصل، بغض النظر عن عرضيتها. وتعرف الفكرة الكبرى لواتس باسم تسويق "البذرة الكبرى"، وفيها يزاوج بين "مزايا التسويق الجماهيري من المدرسة القديمة" و"تأثيرات الست درجات البارعة" (تومبسون Thompson 2008)، أو ما يمكن أن نعتبره بدلًا من ذلك مزيجًا من استبداد المدرسة القديمة والمنطق الوبائي الجديد للعوالم الصغيرة.

وفيما يتعلق بالاتجاه الثاني، نتفق مع ثريفت Thrift(14-13 :2009) على أن تاردTarde شخصية مهمة ينبغي أن نأتي بها لتساعدنا في فهم الدور الذي يمكن أن تلعبه الحالة المزاجية في إنتاج عوالم معدية. إن تارد Tarde في المقام الأول هو الأب المؤسس لنظرية عدوى متقلبة يبدو فيها أن العادي ينشأ من العارض" (تارد Tarde 1903: 7). وكعلامة مبكرة للتفكير بشأن الشبكات، كان تارد Tarde معنيًا أيضًا بالمستوى المصغر من العلاقة الاجتماعية وحاول فهم المجتمع كشيء "يتشكل" حول التدفقات الفوضوية للمحاكاة والأحداث الاجتماعية المصغرة التي رآها أكثر جوهرية من التمثيلات الجماعية للوعي الاجتماعي. وعلى الرغم من ذلك، فنحن هنا بحاجة إلى أن نأتي بتارد Tarde منتعش نوعًا ما، إذ إنه، كما يرى ثريفت Thrift، نزع علم الأوبئة الخاص بتارد Tarde في القرن التاسع عشر إلى النظر لهذه الفيضانات المعدية بوصفها أحداثًا لا يمكن السيطرة عليها في الأغلب. يبدو أن نماذج العدوى لعلم الشبكات بالقرن الحادي والعشرين تشير إلى خلاف ذلك. غير أنه، عبر تارد Tarde، تظهر سلطة النقل غير المتوقعة ولكن القابلة للتوجيه للخارج عن المألوف بضوء جديد. وتشير نظرة أقرب إلى Tarde لوجهة نظر مضادة جديدة إزاء التفكير العبثي الذي لا يعتبر حوادث التأثير أشكالاً من الخروج عن المألوف تأتي تحت سيطرة وعي جمعي دوركايمي، وإنما صور عدوى وجدانية ناجمة عن أشكال محاكاة جمعية لا واعية في الأغلب يمكن أن يتم التلاعب بها من خلال مناشدة الحالة المزاجية.

إذًا، على نحو مهم، ليس بالضرورة أن تكون عدوى التأثير، مثلما يزعم جلادويل Gladwell(132- 89 :2000)، منسوبة إلى موضوعات استهلاكية مؤثرة، أو في واقع الأمر "التصاق" عناصر سلعية، وإنما تتعلق باستراتيجية يقترن بواسطتها انتشار المشاعر

بإمكانية العدوى المجهزة للعوالم التي يمر عبرها السلع والمستهلكون. في وقت سباق، كان تارد Tarde(1903: xxii) هو من أدرك في الحقيقة أن الوسط الاجتماعي "بيئة حيوية "تمارس" تأثيرًا ... على المحاكاة]قابلية الإيحاء[. مثلما يوضح بحث واتس Watts بالمثل، فبهدف البقاء على قيد الحياة، لا يتصيد منتج جديد شخصًا أو شيئًا ليصيبه بعدوى. إنها حالة "قياس لمزاج العامة" للعدوى (تومبسون Thompson 2008).

وعلى الرغم من ذلك، فإنه لا ينبغي الخلط بين فكرة عالم قابل للعدوى مؤلف من مزاج مستهلك سائد وبحث محدد بيولوجيًا من أجل البقاء. على عكس الكثير من معتقدات المسوقين الفيروسيين في سرعة تأثر الشبكة بميم ناشئ (جودين Godin 2000: 110)، فإن ما ينتشر في عالم تاردي (نسبة إلى تارد Tarde) من العدوى ليس مبرمجًا جينيًا ليحيا بغض النظر عن العالم الذي يقطنه. إن ما ينتشر هو في الحقيقة استعراض للأجواء العاطفية التي يواجه فيها الجانب الاجتماعي المنتجات والعلامات التجارية، ويتضافر التكيف البيولوجي لمزاج المستهلك. ونظرًا لأن مرسلي الرسائل المزعجة غير المرغوب فيها وكاتبي الفيروسات قد أصبحوا ذائعي الصيت بالفعل، فإن نجاح الهندسة الاجتماعية يعتمد على التصميم العميق للمواجهة الفيروسية. إن اجتذاب المزاج العام (عبر المشاعر) يصبح ضروريًا للعدوى. ومثلما قد أظهرت الدروس المستفادة من تفشي فيروس LoveLetter بوضوح ما يلي: أخبر شخصًا ما أنك تحبه، وسينتشر فيروس love bug خاصتك.

ولنختتم، نقر بفكرة كوهين Cohen(1986) التنبؤية عن الشبكة بوصفها البيئة المثالية لكلٍ من مشاركة المعلومات والخلل الوظيفي للانتشار الفيروسي. في واقع الأمر، في إنتاج العوالم القابلة للعدوى، التي يكون فيها المزاج العام للمستهلك وانتشار التأثير واضحين، قد يبدو لنا أن عدم إمكانية الفصل بين المشاركة والخلل الوظيفي الفيروسي له أهمية مماثلة.

المراجع

Barab´asi, A.L. (2003) *Linked*: *How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means for Business*, *Science*, *and Everyday Life*. London: Plume.

Cohen, F.B. (1986) *Computer Viruses*. Doctoral dissertation, University of Southern California.

Demers, A., Greene, D., Hauser, C., et al. (1987) "Epidemic Algorithms for Replicated Database Maintenance." *Proceedings of the ACM SIGACT-SIGOPS 6th Annual Symposium on Principles of Distributed Computing*. New York: ACM, pp. 8-32.

DubitInsider (2010) www.dubitfamilypanel.co.uk.

Dyson, E. (1999) "Second Sight." *The Guardian* (April 8). www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,3850829,00.html.

Galloway, A.R. and Thacker, E. (2007) *The Exploit*: *A Theory of Networks*.Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Gladwell, M. (2000) *The Tipping Point*. London: Abacus.

Godin, S. (2000) *Unleashing the Idea Virus*. London: The Free Press.

Hamilton, J. (2010) "It's a Fizzy Rascal." *The Sun* (February 15). www.thesun.co.uk/sol/homepage/news/2853471/Kids-are-being-groomed-online-as-mini-marketeers.html.In4merz (n.d.) www.in4merz.com/in4merz.

Lazzarato, M. (2004) "From Capital-Labour to Capital-Life Theory of the Multitude." *Ephemera*, 4(3), 187-208. 460 *Tony D. Sampson and Jussi Parikka*

Ludovico, A. (2005) "Spam, or the Economy of Desire." *Neural.it* (December 1). www.neural.it/art/2005/12/spam_the_economy_of_desire.phtml.

Milgram, S. (1967) "The Small World Problem." *Psychology Today*, 1(1), 60-67.

Parikka, J. (2007) *Digital Contagions*. *A Media Archaeology of Computer Viruses*. New York: Peter Lang.

Parikka, J. and Sampson T.D. (2009) *The Spam Book*: *On Viruses*, *Porn*, *and Other Anomalies from the Dark Side of Digital Culture*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Patch, K. (2001) "Net Inherently Virus Prone." *Technology Research News* (March 21).

www.trnmag.com/Stories/032101/Net_inherently_virus_prone_032101.html.

Poulter, S. (2010) "Child 'Mini-Marketeers' Paid by Junk Food Firms to Secretly Push Products among Their Friends." *Daily Mail* (February 15). www.dailymail.co.uk/news/article-1250931/Child-mini-marketeers-paid-junk-food-firms-secretly-push-productsfriends.html.

"Recombinant Virus Protects Network" (1994) *Computer Fraud and Security Bulletin*, 4,2-3.

Sampson, T.D. (2005) "Dr Aycock's Bad Idea: Is the Good Use of Computer Viruses Still a Bad Idea?" *Media and Culture Journal*, 8(1). http://journal.media-culture.org.au/0502/02-sampson.php.

Sampson, T.D. (2010) "Error-Contagion: Network Hypnosis and Collective Culpability" in M. Nunes, ed., *Error*: *Glitch*, *Noise*, *and Jam in New Media Cultures*.New York: Continuum, pp. 232-253.

Tarde, G. (1903) *The Laws of Imitation* trans. E.C. Parsons. New York: Henry Holt and Company.

Terranova, T. (2004) *Network Culture*. *Politics for the Information Age*. London: Pluto.

Thompson, C. (2008) "Is the Tipping Point Toast?" *Fast Company Magazine* (February 1).www.fastcompany.com/magazine/122/is-the-tipping-point-toast.html.

Thrift, N. (2005) *Knowing Capitalism*. London: Sage.

Thrift, N. (2008) *Non-representational Theory*: *Space/Politics/Affect*. London and New York: Routledge.

Thrift, N. (2009) "Pass It On: Towards a Political Economy of Propensity." Paper delivered at the Social Science and Innovation Conference, Royal Society of the Arts (RSA), London, UK (February 11). www.aimresearch .org/uploads/File/Presentations/2009/FEB/NIGEL

%20THRIFT%20PAPER.pdf.

Watts, D. (2003) *Six Degrees*: *The Science of a Connected Age*. London: Vintage.

Zittrain, J. (2008) *The Future of the Internet - And How to Stop It*. London: Penguin.

الفصل الثاني عشر

الشباب على الإنترنت

ليليا جرين Lelia Green **ودانييل برادي** Danielle Brady

مقدمة

مراهقون"، "أطفال أكبر سنًا"، "بالغون شباب": يـضع المجتمـع الغـربي الـشباب في سـن المرحلة الثانوية على النقطة الفاصلة بين الطفولة والبلوغ، بين الاتكالية والمسؤولية. على غرار العديد من الموضوعات الموضوعة على حد معيّن ثقافيًا، فإنهم يجسدون التوتر أو الخلاف بين "النقاء" و"الخطر" (دوجـلاس Douglas 1966): بـين الـبراءة، المطلـوب حمايتهـا؛ والمخـاطرة، المطلوب تقليصها وإدارتها. ترتبط البراءة بسرعة التـأثر والـضعف لـدى الطفـل، فـيما تتأصـل المخاطرة في الفرد الحاذق الذي يملك رغبات الشخص البالغ وشـغفه وقوتـه ولكنـه يفتقـر إلى الخبرة والحكمة من أجل تعديلها بصور تتوافـق مـع التوقعـات الاجتماعيـة (فيونـدا Fionda 2001 و2005). في هذا السياق، ليس من المفاجئ أن النص التأسيسي للكتابـات المكثفـة عـن أوجه الذعر الأخلاقي (كـوهين Cohen 1989) تتعلـق بتحليـل ثقافـة فرعيـة معينـة خاصـة بالشباب في فترة الستينات مـن القـرن العـشرين، "شـباب الـستينيات المولـع بمتابعـة أحـدث صيحات الأزياء ومعجبي موسيقى الروك"(Mods and Rockers) ، وبردود الفعل المجتمعية إزاء هذا التهديد للقيم الاجتماعية البريطانية.

فضلًا عن تجسيد المرحلة الانتقالية ما بين الطفل والبالغ، عادةً ما يكون المراهقون متواصلين نهمين، كما أن كثيرين من "مبتكري كل يوم" (هادون وآخرون .Haddon et al 2005؛ جرين Green 2010: 10) هم شباب يجربون طرقًا لفعل الأشياء بصورة مغايرة. كانت تلك هي الحالة مع المراهقين الفنلنديين الذين رجع إليهم الفضل في نشر إرسال الرسائل النصية في أواخر التسعينات من القرن العشرين (كاسيسنيمي Kasesneimi وروتيايينين Rautiainen 2002). هنا، لم يقتصر الهدف المذكور على التواصل مع الأقران، وإنما أيضًا التواصل بشكل خاص بصور كانت تتخطى نطاق المراقبة الجاهزة للبالغين: "غالبًا ما تتشابه الرسائل مع الأكواد أكثر من تشابهها مع اللغة القياسية. وليس بالضرورة أن يكون نصًا مليئًا بتعبيرات لغة كودية متاحًا لطرف خارجي"، هذا ما أشار إليه كاسيسنيمي Kasesneimi وروتيايينين Rautiainen)2002: 183)، متابعين من تعليق مفاده أن بعض أنواع الرسائل تمثل "جانبًا خفيًا من ثقافة الرسائل النصية للمراهقين. فليس الهدف منها أن يراها البالغون" (كاسيسنيمي Kasesneimi وروتيايينين Rautiainen 2002: 180).

إن أشكال التواصل العامة والخاصة للشباب، التي غالبًا ما تدرج الرغبة في فعل الأشياء بصورة مغايرة عن جيل آبائهم وابتكار وسائل جديدة للتعبير عن أنفسهم وهويتهم، تجعل من سنوات المراهقة موقعًا فعالًا لمخاوف البالغين بصدد الاختلال والتخريب. وينطبق هذا على وجه الخصوص حينما يتعلق الأمر باستخدامات المراهقين أو اليافعين للإنترنت.

الإعلام الجديد وطرق التفاعل الجديدة

شهد العقد الأول من الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) إنشاء ملايين من مواقع الويب للسماح بالوصول إلى المعلومات والدردشة على الإنترنت والألعاب والبريد الإلكتروني، من بين العديد من التطبيقات الأخرى. وكانت المشاركة تقاس على نحو تقليدي من خلال "النقرات" والتنقل عبر الصفحات بواسطة الروابط (كين Kane 2001)، إذ تصفح الناس الويب وتابعوا روابط من أجل العثور على المزيد والمزيد من معلومات

معينة. ونظرًا لأن قياس التفاعلية قد أضحى منقى بصورة أكبر، فقد تباهى المصممون بالمدة التي قد يقضيها مستخدم ويب في التفاعل مع موقع ما: "التصاقه" وثيق الصلة وما إذا كان المستخدم سيعود أم لا (لي وآخرون Li et al. 2006). وكان من الأمور التي تحظى باهتمام احترافي أيضًا الانتباه الموجه للمعلومات المزودة واستخدام أدوات الإنترنت في طرح أسئلة عن، أو إرسال رسائل إلى، الفرق التي تراقب الاتصال. في بعض الحالات، كانت المواقع مصممة بحيث تسمح بتطور مجتمعات على الإنترنت حيث قاد التفاعل المنتظم إلى مشاعر ارتباط (راينجولد Rheingold 2000).

مع بداية القرن الحادي والعشرين، كان "البحث" قد أصبح هو النشاط المهيمن على الإنترنت، وأضحى Google شركة التكنولوجيا الجديدة المهيمنة. فعلاوة على تفوقها على شركات البحث الأخرى مثل Yahoo! وAlta Vista، كانت تبدأ في تحدي عملاق تكنولوجيا المعلومات Microsoft، التي كانت قد ارتبطت قوتها بنظام التشغيل والبرامج لأيام الكمبيوتر ما قبل شبكة الويب العالمية. لقد وصف هوريجان 2008(Horrigan)، من PEW Internet and American Life Project، الإنترنت في تسعينات القرن العشرين بأنها تعد بـ "اتصال فرد واحد بكثيرين" غالبًا عبر التطبيقات المكتبية والمعتمدة على العمل، والتي تبعها في أواخر التسعينات من القرن العشرين "اتصال الكثيرين بالكثيرين"، حيث أصبح الوصول إلى الإنترنت مدجنًا بالأفراد الذين يستخدمون أجهزة مودم الطلب الهاتفي في الاتصال بالإنترنت من المنزل. وبحلول عام 2001، كان قرابة 20 بالمائة من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية يشاركون في مجتمعات الإنترنت.

كان تطور ما أصبح يعرف لاحقًا باسم Web 2.0""، أو المرحلة الثانية من تطور الإنترنت، عاملًا مغيرًا لقواعد اللعبة. فقد أشار إلى ظهور نوع جديد من التفاعلية وتسخير "خلية النحل" (هيرز Herz 2002) في تفاعل تعاوني هادف. ومع تنامي تطور البرامج مفتوحة المصدر مع ظهور الويكيبيديا في عام 2001، أضحت الويب بصورة متزايدة موقعًا للأفراد أصحاب المهارات والاهتمامات المشتركة للعمل معًا في مشروع كان من الضخامة بحيث يستحيل على فرد، أو حتى مؤسسة أو رابطة يومية، أن تنظر فيه. بمفهوم هيرز

Herz، قد أدى تسخير خلية النحل إلى "حصاد العسل" (2002: 9)، وعادة ما عكس هذا المستوى من التعاون المتعدد والتفاعل المكثف استخدام المشاركين لخدمات النطاق العريض القادرة على دعم تنزيل الملفات والمستندات ورسوم الجرافيك المعقدة. على مدى السنوات التالية، ظهرت مجموعة من البرامج والتطبيقات التي اعتمدت على النشاط المعتاد لملايين المشاركين ممن استخدموا المواقع في إنتاج مواد رقمية مبتكرة وأشكال جديدة من الاتصال. تبع MySpace(2003) و Second Life(2003) كل من Flickr(2004) و2004 Facebook و2005(YouTube) و2006(Twitter).

أتاحت الابتكارات التي شكلتها المرحلة الثانية من تطور الويب على نحو متزايد تطبيقات اجتماعية، وأصبح التواصل مع الآخرين حافزًا موازيًا لاستخدام الويب بجانب البحث على الإنترنت. حدثت لحظة حاسمة في مارس 2010 حينما تخطى Facebook موقع Google كأشهر موقع أمريكي، مع حصول Facebook على نسبة "7.07 بالمائة من زيارات موقع الويب من الولايات المتحدة الأمريكية خلال الأسبوع المنتهي في 13 مارس [2010]" مقارنةً بنسبة 7.03 بالمائة لموقع Google (كلارك Clark 2010). عند تلك النقطة، كانت زيارات Facebook تتزايد بنسبة 185 بالمائة عامًا تلو عام مقارنة بزيادة نسبتها 9 بالمائة بالنسبة إلى Google. ويمكن القول إن السبب الرئيسي لاتصال الأفراد بالإنترنت الآن هو التعارف وليس البحث عن المعلومات.

بعد بداية الألفية الجديدة، كان المراهقون قد بدؤوا على نحو متزايد في إعداد حساباتهم الشخصية على الإنترنت. وبدأ كثيرون العِقد بالاشتراك في الصحف الإلكترونية وألعاب الإنترنت ومواقع خيال الهواة، ثم أضافوا عضوية بمواقع تواصل اجتماعي مثل Beebo وMySpace وFacebook. وبالنظر إلى الساعات التي أحيانًا ما يمضيها الشباب على هذه المواقع، ومحتوى أشكال تفاعل المراهقين التي أضحت في بعض الحالات أكثر وضوحًا لمراقبة البالغين، أصبح الآباء والمراقبون قلقين من أن يكون نشاط الشباب على الإنترنت به مختلًا أو هدامًا أو الاثنين معًا.

مخاوف حول أنشطة الأطفال على الإنترنت

لطالما أثار الوصول الخاص للمراهقين إلى التقنيات الرقمية قلقًا في بعض المناطق. في إطار مناقشة أجهزة الكمبيوتر ومنصات الألعاب، رأى بي ديفيد مارشال P. David Marshall في عام 1997 أن الآباء يعتبرون "الإلمام بأساسيات الكمبيوتر ممرًا لمستقبل مريح ....غير أن بعد ألعاب آركيد بالكمبيوتر يغير قيمته من مصدر للمعلومات إلى موقع للترفيه" (1997: 71). أصبحت تكنولوجيا الكمبيوتر والمهارات والأنشطة على الإنترنت موضع رؤيتين مختلفتين لمستقبل الطفل. طرحت إحدى الرؤيتين كفاءة تكنولوجية وسلك وظيفي محتمل كخبير في تكنولوجيا المعلومات، فعليًا "تأمين مستقبل" الشباب مع تنقلهم عبر القوة العاملة. تمثل الاحتمال العكسي في أن يصبح الطفل ممارس ألعاب على الكمبيوتر، أو مخترق أنظمة، منهك في عمل مثمر. خشي الآباء من قدرة الشباب على انتزاع الخلل والتدمير من تكنولوجيا كانوا قد زودوها لأجل الإمكانات الاجتماعية وذات الصلة بالعمل.

وفضلًا عن تنظيم المسائل المتعلقة بالتعليم والعمل أو اللعب والتدمير، كان الآباء مستعدين للقلق بشأن ما إذا كان أطفالهم سيستخدمون الإنترنت في التواصل مع غرباء خطرين، وما إذا كانوا سيكشفون عن معلومات شخصية من شأنها أن تسمح لمستغلين بالبحث عنهم. "هل تعلمون أين أطفالكم؟ - ومع من يدردشون على الإنترنت؟" سؤال طرحه مسؤول بلجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية (2007)، مذكرًا الآباء بأن ينتبهوا لما يفعلوا أطفالهم وقت تواجدهم بالمنزل وأيضًا خارجه. وتمثل خطرًا آخر في أن الأطفال قد يصلون إلى مواد غير ملائمة أو مقلقة أو غير قانونية، أو ربما ينتجون حتى مثل تلك المواد وينشرونها بأنفسهم.

منذ منتصف العقد الأول من الألفية الثالثة فصاعدًا، بدأ العديد من أكثر الدول تقدمًا على المستوى التكنولوجي في العالم في البحث في استخدامات الأطفال والشباب للإنترنت، أحيانًا بالتركيز على وجه التحديد على مواقع التواصل الاجتماعي. وكان الهدف هو تقليل مخاطر استخدام الإنترنت مع زيادة الفرص والمنافع التي توفرها. بيد أن الأمل

كان هو احتمال أن يوفر البحث أرضية صلبة لوضع سياسة مستندة على أدلة. في الولايات المتحدة الأمريكية، كتب فريق العمل الفني لسلامة الإنترنت Internet Safety Technical Task Force - ISTTF عن ردود الفعل السياسية الملائمة إزاء المخاطر المحتمل أن يواجهها الأطفال كنتيجة لأنشطتهم على الإنترنت. وبمراجعة الكتابات المتاحة، استنتج خبراء فريق العمل أن الموقف كان بعيدًا عن الوضوح. فبعض الأطفال كانوا معرضين للخطر على الإنترنت، كما أشاروا، غير أن "الاكتئاب وإساءة استخدام المواد جميعها عوامل ترتبط بقوة بسلوكيات خطيرة متعددة تدفع إلى خيارات سيئة فيما يتعلق بالأنشطة على الإنترنت. ترتبط بيئة منزلية رديئة تضم نزاعات وعلاقات سيئة بين الطفل والوالدين بمجموعة من مخاطر الإنترنت (وولاك وآخرون Wolak et al. 2003؛ يبارا Ybarra وميتشيل Mitchell 2004)" (ISTTF 2008: 20). بعبارة أخرى، عادة ما كانت بيئة مختلة واضحة للعيان تمامًا قبل أن يصبح الاستخدام المختل فيما يحتمل من جانب الطفل عاملًا قائمًا.

في أستراليا، أجرت سلطة الاتصالات والإعلام الأسترالية Australian Communications and Media Authority (ACMA) تولى مهمة البحث في "الإعلام والاتصالات داخل الأسر الأسترالية" (ACMA 2007). وحلل التقرير المؤلف من 369 صفحة استبيانًا وطنيًا لمفكرات استخدام الوقت الخاصة بعدد 751 أسرة و1003 طفل (تتراوح أعمارهم ما بين الثامنة والسابعة عشر)، بجانب مراجعة مكثفة لمجموعة كتابات. وأشار هذا الاستبيان، وغيره من الأبحاث التي أجريت في الفترة ما بين عامي 2008 و2010، إلى أن الآباء الأستراليين يثقون بشكل عام في استخدام أطفالهم للإنترنت غالبية الوقت ويتبنون مجموعة من الاستراتيجيات لتثقيفهم بشأن المخاطر على الإنترنت.

وعلى الرغم من ذلك، فقد أجري أكثر الأبحاث الموسعة والمركزة في أوروبا. وبتمويل من برنامج EC Safer Internet Plus التابع للاتحاد الأوروبي، صمم مشروع "أطفال على الإنترنت للاتحاد الأوروبي" (EU Kids Online) بهدف تعزيز "المعرفة بصدد استخدام الأطفال الأوروبيين للإنترنت والمخاطر والسلامة" (أطفال على الإنترنت

للاتحاد الأوروبي 2012). وفي الفترة ما بين عامي 2005 و2009، أجرى المشروع اتصالات بباحثين من 21 دولة أوروبية لتأسيس ما كان قد تم اكتشافه بالفعل حول أنشطة الأطفال على الإنترنت وللتعرف على أي فجوات في المعرفة ربما تمثل أهمية لوضع سياسة مستندة على أدلة (ليفينجستون Livingstone وهادون Haddon 2009). تمثلت واحدة من نتائج المشروع التي كنت لأحددها في أن غالبية مخاطر الإنترنت المؤثرة على الأطفال ربما تقسّم على واحدة من ثلاث فئات: مخاطر المحتوى ومخاطر الاتصال ومخاطر السلوك. ناقش هاسبرينك وآخرون (Hasebrink et al. 2009: 8) فئات المخاطر هذه على النحو التالي:

1- تصف مخاطر المحتوى ما يتم العثور عليه على الويب، وتخاطب مواقف يكون فيها الطفل متلقيًا لوسائل اتصال جماهيرية، تضم تعرض الأطفال لـ "إعلان، استغلال لمعلومات شخصية، محتوى ويب عنيف؛ محتوى ويب جنسي مسبب للمشاكل؛ معلومات متحيزة؛ تمييز عنصري، إلحاد، 'استشارة' صحية"

2- تتحقق مخاطر الاتصال أينما يجري شخص آخر اتصالاً بالطفل ويكون الطفل مشاركًا في تواصل شخصي أو بالأقران. وتشمل فئة الخطر هذه عندما يواجه الطفل "استغلالاً أكثر تعقيدًا، أطفال يتم تتبعهم بواسطة الإعلان؛ يتعرضون لمضايقات ومطاردات خلسة، يهددون، يتم التحرش بهم، الترتيب لاتصالات خارج نطاق الإنترنت؛ والتزويد بمعلومات كاذبة".

3- تتمثل مخاطر السلوك في المواضع التي يكون فيها الطفل هو العنصر الفاعل، بتقديمه محتوى أو تواصله مع شخص آخر. وتشمل هذه الأنشطة الخطرة "عمليات تنزيل غير قانونية وإرسال رسائل هجومية إلى أقران؛ تهديد شخص آخر على الإنترنت، توجيه هجوم وتصويره؛ نشر المواد الإباحية؛ التزويد بمعلومات كاذبة" وإدراك أن الأطفال أنفسهم ربما يكونون هم مصدر المخاطر التي يواجهها أطفال آخرون.

استنادًا إلى نتائج مشروع "أطفال على الإنترنت للاتحاد الأوروبي" EU Kids Online I، تم تخصيص مبلغ 2.5 مليون جنيه إسترليني إضافي لأجل الفترة من عام 2009 إلى عام 2011 للمشروع. وساعد هذا شبكة البحث على طلب إجراء بحث جديد

عبر 25 دولة أوروبية من أجل التحري عن أنشطة الإنترنت لخمسة وعشرين ألف طفل (تتراوح أعمارهم ما بين التاسعة والسادسة عشر) ممن يستخدمون الإنترنت - قرابة ألف أسرة لكل دولة. كان في الإمكان مطابقة بيانات كل طفل مع البيانات المجمعة من الوالد الأكثر مشاركة في مراقبة استخدام الطفل للإنترنت، من ثم، أشرك المشروع كلاً من الطفل والقائم على رعايته في كل أسرة من الخمسة والعشرين ألف أسرة.

EU Kids Online II: التصميم

تم تصميم EU Kids Online II لتحدي الفرص الممنوحة للأطفال والشباب والمخاطر التي يواجهونها نتيجة استخدامهم الإنترنت. وكان الهدف هو جمع معلومات من شأنها أن تقدم لقطة عن نشاط الأطفال على الإنترنت عبر مجموعة من الدول الأوروبية من أجل الإعلان عن وضع سياسة مستندة على أدلة ودعم المشاركة الإيجابية للشباب على الإنترنت. كان ثمة تركيز معين موضوع على "مخاطر رئيسية على الإنترنت: المواد الإباحية والتنمر وتلقي الرسائل الجنسية والتواصل مع أفراد غير معروفين وجهًا لوجه ولقاءات خارج نطاق الاتصال بالإنترنت مع أفراد تربطهم بهم علاقات على الإنترنت، ومحتوى مولد من قبل المستخدم يحتمل أن يكون ضارًا وإساءة استخدام للبيانات الشخصية" (ليفينجستون وآخرون (Livingstone et al. 2011: 5).

وفضلاً عن أشكال تفاعل الشباب على الإنترنت، خاطب مشروع EU Kids Online II أنشطة الأطفال على نحو أوسع نطاقًا - في المنزل وفي المدرسة وبصحبة الأصدقاء والأقران. بالمثل، لم يركز البحث فقط على المخاوف الأبوية بشأن ما قام به الأطفال من أنشطة على الإنترنت، وإنما أيضًا على مخاوف الآباء الأوسع نطاقًا، بما في ذلك فيما يتعلق بالأداء في المدرسة والمخاوف إزاء سلامة الطفل في ظروف أخرى، مثل فيما يتعلق بتناول الكحول. بشكل عام، كشف البحث عن احتمالية تعرض الشباب للمخاطر، والوصول وثيق الصلة لفرصة في العديد من المواقف. وسمح التصميم للمخاوف ذات الصلة بالجوانب التدميرية الهدامة أو المختلة من حياة الأطفال بأن تضم المخاطر الشعورية والجنسية والتعليمية والقانونية المنفصلة عن تلك التي طرحها النشاط على الإنترنت،

علاوة على إدراك أن بعض الأطفال باحثون فعليون عن المخاطر ومخاطرون على الإنترنت وخارجها على حد سواء.

وبإظهارها رغبة في استكشاف المزايا الإيجابية المحتملة للتدخل والدعم الأبوي، فحصت الدراسة الطرق المختلفة المتبعة من قبل الآباء لإبقاء أطفالهم آمنين. وتتنوع تلك الاستراتيجيات من تثبيت برامج تصفية تقيد الوصول إلى المواد على الإنترنت إلى وضع أجهزة الكمبيوتر في مساحات عامة داخل المنزل ومراقبة نشاط الشباب على الإنترنت من حيث مراجعة المواقع التي تتم زيارتها بعد انتهائهم من تصفح الإنترنت. تمثل هدف البحث هنا في التحري عن ماهية الاستراتيجيات المرتبطة بكل شكل من أشكال المخاطر المحتمل أن يواجهها الطفل، مع أنه كان مقبولًا أن الآباء ربما يختارون أن يكونوا أكثر تدخلاً استجابة لسلوكيات المخاطرة القائمة لطفلهم.

استُخدمت شركة أبحاث السوق نفسها، أو الشركات الدولية التابعة لها، عبر الدول الأوروبية الخمسة والعشرين المشاركة في الدراسة كافة. وساعد هذا في ضمان ثبات الأسلوب واختيار من يتم استطلاع آرائهم والنتائج القابلة للمقارنة من العينة الطبقية العشوائية. تم اختيار أسر وفقًا لطريقة تعرف باسم "السير العشوائي" (Random walk). ويسمح هذا البروتوكول بالانتقاء العشوائي لمنطقة جغرافية في الدولة وكذلك بالاختيار العشوائي لعنوان بداية داخل المنطقة. يتم الاقتراب من الأسر داخل المنطقة ويطلب منهم المشاركة وفقًا لنوع من السير حول منطقة عنوان البداية. وتمت إتاحة الاستبيانات المستخدمة مع الأطفال (في فئتين عمريتين منفصلتين: 9-10 سنوات و11-16 سنة) ومع آبائهم بشكل معلن (LSE Survey 2010).

سبق المشروع اختبار معرفي لتحديد أن المصطلحات المستخدمة عبرت عن المعاني نفسها بلغات وثقافات مختلفة، وتم إجراء كل المقابلات الشخصية وجهًا لوجه، مع أنه في بعض الأحيان تم جمع البيانات باستخدام الورق وفي أحيان أخرى تم إدخالها مباشرةً على جهاز كمبيوتر. أجريت مقابلات مع الآباء والأطفال بشكل منفصل وصُمم الاستبيان بحيث لا يتعين على الطفل سرد روايات عن خبرات محزنة أو مزعجة وإنما يمكنه تدوينها،

علمًا بأنه لن يرى من يجري المقابلة أو الأب ما قد كتبه الطفل، وكذلك علمًا بأن اسم الطفل لن يرتبط برد فعل. وعلى الرغم من أن البحث كشف عن جوانب معقدة وصعبة، إلا أنه قد فعل هذا بأسلوب يسمح بعقد مقارنات صالحة بين مجموعات مختلفة من الأطفال وعبر الحدود الثقافية.

EU Kids Online: النتائج

نشرت النتائج الرئيسية لمشروع EU Kids Online II، "المخاطر والسلامة على الإنترنت"، (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011) في غضون عام العمل الميداني. وأوضحت النتائج، لعام 2010، أن 60 بالمائة من الأطفال الأوروبيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين التاسعة والسادسة عشر يتصلون بالإنترنت كل يوم تقريبًا، مع اتصال 93 بالمائة بالإنترنت مرة أسبوعيًا على الأقل. في عام 2010، كان لدى 59 بالمائة من الأطفال الأوروبيين صفحة شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، مع تراوح النسب من 26 بالمائة للأطفال من 9-10 سنوات إلى 82 بالمائة للشباب من 15 إلى 16 سنة (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 5).

وتشير الأدلة إلى أنه كلما زاد معدل الاستخدام لشبكة الإنترنت، زاد إلمامهم بالمعرفة الرقمية والمهارات التي يحتاجونها كي يظلوا آمنين على الإنترنت. تعكس هذه الإمكانات العمر فضلًا عن الخبرة على الإنترنت، وقل احتمال أن يتحلى الأطفال الأصغر سنًا بالثقة في مهارات السلامة خاصتهم، فيما زاد احتمال أن يساورهم القلق إذا ما واجهوا محتوى مزعج. تزيد احتمالية أن يواجه الطفل مادة مزعجة - مثل المواد الإباحية أو التنمر أو التعرض لمحتوى مولد من قبل المستخدم يحتمل أن يكون ضارًا - مع عمر الطفل ومع الوقت الذي يقضيه على الإنترنت. وبينما قد تعرضت نسبة 14 بالمائة من الأطفال من سن 9 إلى 10 سنوات إلى واحد أو أكثر من المخاطر التي تم البحث فيها، ارتفعت النسبة إلى 63 بالمائة للأطفال من 15 إلى 16 سنة.

وعلى الرغم من ذلك، فإن غالبية الأطفال "لا يبلغون عن تعرضهم لمضايقات أو انزعاج عن طريق اتصالهم بالإنترنت" (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 6).

في العموم، لم يكن الآباء على علم بتجارب وخبرات أطفالهم على الإنترنت واستهانوا بالمخاطر التي قد تعرض لها طفلهم. على سبيل المثال، أينما قد شاهد الأطفال مواد إباحية، نفى 40 بالمائة من آبائهم حدوث ذلك. وارتفعت نسبة الآباء الذين اعتقدوا بأن طفلهم لم يتعرض لمحتوى مزعج أو اتصال مقلق إلى 52 بالمائة في حالة الرسائل الجنسية و56 بالمائة فيما يتعلق بالتنمر على الإنترنت وتلقي رسائل منفرة ومؤلمة. وأشارت نسبة 61 بالمائة من الآباء الذين كان أطفالهم قد التقوا بشخص خارج نطاق الاتصال بالإنترنت والذي كانوا قد تعرفوا عليه لأول مرة في سياق اتصال على الإنترنت إلى أن طفلهم لم يفعل هذا (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 6-7).

فيما ركز بحث EU Kids Online II على الفرص إلى جانب المخاطر، فإن العديد من المزايا الإيجابية لنشاط الإنترنت تعد أقل ارتباطًا بالمناقشات حول الخلل والتدمير لدى الشباب. بالتركيز على المخاطر، خلص البحث لى أن ما يبنى على أنه سلوك محفوف بالخطر أحيانًا فقط ما يؤدي إلى ما يدركه الطفل بوصفه ضررًا. على وجه الخصوص، تبنى الاستبيان بتروٍ عتبة منخفضة نسبيًا للقلق من حيث ما إذا كان الطفل قد شعر بأنه "أزعجه" شيء ما، حيث عنى "الإزعاج أو المضايقة" هنا، على سبيل المثال،]شيئا[جعلك تشعر بعدم الراحة أو الضيق أو بأنك لم يكن ينبغي أن تشاهده" (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 45). بعدها، سُئِل الطفل على انفراد عن حدة هذا الشعور ومدته. وكان غالبية الشباب، معظم الوقت، إما "تضايقوا قليلاً" أو "لم يتضايقوا بالأساس" من الأشياء التي أزعجتهم، وانزعجت الغالبية بالمثل "لبضعة أيام" أو "تجاوزت ذلك الشعور على الفور" (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 45-102). بالنسبة للسواد الأعظم من الأطفال، غالبية الوقت، لم يتساوى التعرض للخطر مع المرور بتجربة تنطوي على ضرر.

وتمثل الاستثناء الوحيد لهذا التعميم في حالة التنمر على الإنترنت. هنـا، قـيم ثلـث (31 بالمائة من) هؤلاء الذين ذكروا أنهم قد تم إزعاجهم بواسـطة تعرضـهم لتنمـر عـلى الإنترنـت خلال الاثني عشر شهرًا الماضية أنفسهم بأنهم "متضايقون جدًا": يمكن مقارنة هذا بنـسبة 16 بالمائة كانوا قد شاهدوا صورًا جنسية على الإنترنت و15 بالمائة كانوا قد بعثوا برسائل جنسية (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 69 و58 و81). في هذه الحالات، غالبًا مـا يكـون المتنمـرون والأشـخاص الـذين يبعثـون برسـائل جنـسية في نفـس المجموعـة العمريـة لضحاياهم ويكون الاثنان معروفين على نحو شائع لبعضهما البعض. يجسد هذا الشكل نتائج البحـث الـسابق التـي تـشير إلى أن البـالغين والأطفـال لـديهم مخـاوف مختلفـة حـول بيئـة الإنترنت. تتعلق مخاوف البالغين بالمواد الإباحية وخطر الغرباء ووصول الأطفال إلى معلومات على الإنترنـت حـول إيـذاء الـنفس والانتحـار وفقـدان الـشهية (ليفينجـستون Livingstone وهادون Haddon 2009: 27)، فيما يقلق الأطفال بشأن التنمر عبر الإنترنـت وسرقـة الهويـة والرسائل المزعجة غير المرغوب فيها (ليفينجستون Livingstone وهـادون Haddon 2009: 51).

وفيما يكون الأولاد والبنـات معًـا معرضـين لخطـر التنمـر عـبر الإنترنـت (ليفينجـستون Livingstone وهادون Haddon 2009: 24)، يزيد احتمال أن تكون مخاطر أخـرى مرتبطـة بالعمر والنوع الاجتماعي. إن الأولاد:

> "يزداد احتمال بحثهم عن محتوى عدواني أو عنيف، وأن يصلوا لمحتوى إبـاحي أو يتلقوا روابط لمواقع ويب إباحية، وأن يلتقوا بشخص ما خارج الإنترنت كانوا قد التقوا به على الإنترنت وأن يـدلوا بمعلومـات شخـصية. أمـا البنـات، فيزيـد احـتمال أن يـضايقهن محتـوى عـدواني أو عنيـف أو إبـاحي أو الدردشـة عـلى الإنترنت مع غرباء أو تلقي تعليقات جنسية غير مرغوب فيها وأن يُطلَب منهن معلومـات شخـصية عـلى الـرغم مـن أنهـن يتحاشـين تقـديمها إلى غربـاء (ليفينجستون Livingstone وهادون Haddon 2009: 23-24).

وعلى الرغم من أن استخدام الشباب للإنترنت يوفر بعض الأدلة على الأنشطة المختلة أو الهدامة، فإن "مجرمين" و"ضحايا" هذا السلوك البغيض المستهجن يكونون بشكل عام من الشباب المعروفين لبعضهم البعض في الحياة اليومية، كذلك ربما تختلط الحدود بين المعتدي والمعتدى عليه.

على وجه الخصوص، يشير وولاك وآخرون .Wolak et al (2007) إلى أن "نحو (99 بالمائة) ممن تم القبض عليهم في جرائم جنسية تمت عبر الإنترنت في دراسة N-JOV]مجموعة بيانات وطنية أمريكية[تراوحت أعمارهم ما بين الثالثة عشر والسابعة عشر" (كما أشير في ISTTF 2008: 19). ويشير هذا إلى أن أقرانهم هم أكثر الأشخاص المحتمل أن يكونوا مزعجين بالنسبة لشباب من سن 13 إلى 17 عامًا، وربما تكون الإنترنت أحدث قناة ينقل الشباب عبرها السلطة والترويع.

مع بداية مشروع EU Kids Online I، لم يكن الوصول للإنترنت عبر الهاتف المحمول متاحًا على نطاق واسع للأطفال. وبحلول عام 2010، كان طفل واحد من بين ثلاثة أطفال أوروبيين يتصل بالإنترنت عبر جهاز محمول (ليفينجستون وآخرون Livingstone et al. 2011: 22). تشير الفروق في الوصول إلى الإنترنت بواسطة الأجهزة المحمولة عبر الدول إلى أنه بمقدور هؤلاء الشباب تجاوز قيود البنية التحتية. وفيما تجادل الجهات الرقابية حول التوسط الأبوي في بيئة المنزل، فإن الشباب يأخذون الإنترنت، بكل من مخاطرها وفرصها، خارج المنزل. إنهم من المحتمل الآن أن يتصلوا بالإنترنت باستخدام جهاز محمول تمامًا مثلما يفعلون بواسطة جهاز كمبيوتر شخصي. لقد غير اتساع نطاق شبكات الجيل الثالث من المحمول وإطلاق شركة Apple لهاتف iPhone في عام 2007، وتزايد الشركات المنافسة المتعددة المنتجة للهواتف الذكية التي تعمل بنظام Android، مسار الوصول إلى الإنترنت. ستكون ثمة حاجة إلى انفتاح البحث على الإنترنت على التطويرات الجديدة، مثل أشكال التواصل عبر الإنترنت المعتمدة على الموقع. في عام 2010، كان بعض الأطفال فقط في دراسة EU Kids Online II هم من يتفاعلون في أنشطة متقدمة وإبداعية على الإنترنت مثل مشاركة الملفات (18 بالمائة) أو التدوين (11 بالمائة) أو قضاء الوقت في عالم افتراضي (16 بالمائة) (ليفينجستون وآخرون

(Livingstone et al. 2011: 33). إن المـشاركة المـستقبلية للـشباب في هـذه الأنـشطة والأنشطة الجديدة المجهولة قد لا تنتج فقط عن الإمكانات التقنية الجديدة وإنما أيـضًا مـن المفاهيم الجديدة للتعليم والإبداع الناتجة من تنقل الإنترنـت وقـد تـزود أجهـزة مثـل iPad (الذي تم إطلاقه في عام 2010)، والذي يتم تبنيه بالفعل من قبل المعلمـين، الـشباب بوسـيلة لتفادي الفصل الدراسي ووضع جدول أعمالهم الخاص.

خاتمة

تخلط أنشطة الشباب على الإنترنت على نحو متزايد إمكانيـة الوصـول الثابتـة باسـتخدام الهواتف المحمولة المزودة بإمكانيـة الاتـصال بالإنترنـت وغيرهـا مـن الأجهـزة الرقميـة الـصغيرة المحمولة. وتؤدي القدرة على الاتصال بالإنترنت على مسافة من المراقبـة والتعليقـات الأبويـة إلى زيـادة فـرص تجاهـل أو هـدم قواعـد الأسرة المتعلقـة بالنـشاط عـلى الإنترنـت. وتـشير المشكلات المتعلقة بالرقابة المباشرة إلى أن الأطفال الأكبر سنًا سيحتاجون إلى تطـوير وتحـسين الاستراتيجيات الشخصية من أجل استخدام آمن للإنترنت. ويعقد الاستقلال المتنـامي للأطفـال والمراهقين في هذه المنطقة من التحدي العسير بالأساس الممثل في الاتفاق على أسـلوب معتمـد على الأسرة في الحفاظ على سلامة الأطفال على الإنترنت. لقد قرر بحث EU Kids Online I أنه من المرجح أن يبلغ الأطفال عن عدد من القيود المنزليـة في اسـتخدام الإنترنـت أقـل مـما يفعل آباؤهم، بينما يعتقد الآباء أن أطفالهم قد تعرضوا لمخاطر أقـل عـلى الإنترنـت مـما قـد أشار الأطفال أنفسهم (ليفينجستون Livingstone وهادون Haddon 2009: 28).

وقررت أبحاث أسترالية أيضًا أن ثمة "اختلافًا ضخمًا وجوهريًا من الناحية الإحصائية بـين إبلاغ الآباء" والأطفال عن كل من وضع القواعـد ونـشاط الرقابـة الأبويـة، مـن خـلال إشـارة الأطفال إلى قدر أقل من الرقابـة ووضـع القواعـد والقـوانين" (ACMA 2007: 289). ويـشير باحثو ACMA إلى أن تلك الاختلافات في الرأي ربما تمثل "طريقة]من جانب الطفل[لتفادي القيود على إمكانية الوصول إلى المحتوى والأنشطة الممتعة، لا سيما أشكال التواصـل الخاصـة مع الأقران" (2007: 298).

إن نتائج دراسة ضخمة مثل EU Kids Online II، التي تـضم 25145 طفـلًا وآبـاءهم عبر 25 دولة منفصلة، تعد بالضرورة معقدة ومنطوية على قدر بسيط من الاختلافـات. ومـع ذلك، تفيد المؤشرات بأن أكثر من نـصف الأطفـال (55 بالمائـة) "يعتـبرون أن ثمـة أشـياء عـلى الإنترنت ستضايق الأطفال بشأن عمرهم[... غير أنه، حتـى مـع ذلـك]، فـإن نـسبة 90 بالمائـة تعتقد أنه يوجد بحـق كثـير مـن الأشـياء عـلى الإنترنـت تعـد مفيـدة للأطفـال مـن عمـرهم (ليفينجستون وآخرون Linvingstone et al. 201: 47). وتشير بعض الأبحاث إلى أن التعرض للمخاطر، وبحث التحديات الناتجة، يساعد الأطفـال في تنميـة الثبـات وسرعـة التغلـب عـلى المشكلات (ليفينجستون Livingstone وهادون Haddon 2009: 34). ويعلـق ليفينجـستون وهادون بأن مخاطبة "المخاطر التي تواجهها أقلية ضعيفة سريعة التأثر بأسلوب مناسب مـن دون توسيع نطاق الرقابة والقيود التي لا داعٍ لها على عديمي الخبرة من حـين لآخـر، وأحيانًـا أغلبية مخاطرة، تعد بلا شك مشكلة عسيرة بالنسبة لسياسة عامة" (2009: 39).

وبما يتماشى مـع إدراك الـشاب المختـل والمخـرب، توجـد أدلـة وافيـة عـلى أن الأطفـال والمراهقين الطبيعيين أحيانًا ما سيقومون ببعض الأعـمال الخطـيرة عـن عمـد. في واقـع الأمـر، يعلق لوب وآخرون Lobe et al. بأنه "ربما يتوقع من الأطفال التحايل على أو تفادي أو هدم توقعات أو قواعد البالغين لـسلوكهم" (2007: 17). بالنـسبة لكثـير مـن الـشباب، عنـد هـذه المرحلة في حياتهم، يكون جانب من السلوك المختل والهدام متوقعًا، ما لم يكن مرحبًا به.

المراجع

Australian Communications and Media Authority (2007) "Media and Communications in Australian Families 2007." www.acma.gov.au/webwr/_assets/ main/lib101058/ media_and_society_report_2007.pdf.

Clark, N. (2010) "Facebook Overtakes Google." *The Independent* (March 18). www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/facebook-overtakes-google-1923102.html.

Cohen, S. (1980 [1972]) *Folk Devils and Moral Panics*: *The Creation of the Mods and Rockers*, 2nd edn. Oxford: Martin Robertson.

Douglas, M. (1966) *Purity and Danger: An Analysis of the Concepts of Taboo and Danger*. New York: Routledge.

EU Kids Online (2012) "EU Kids Online: Enhancing Knowledge Regarding European Children's Use, Risk and Safety Online." *London School of Economics*. www2.lse.ac.uk /media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx.470 *Lelia Green and Danielle Brady*

Federal Trade Commission (2007) "Social Networking Sites: A Parent's Guide." www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/tech/tec13.shtm.

Fionda, J. (2001) *Legal Concepts of Childhood*. Oxford: Hart.

Fionda, J. (2005) *Devils and Angels: Youth Policy and Crime*. Oxford: Hart.

Green, L. (2010) *The Internet: An Introduction to New Media*. Oxford: Berg.

Haddon, L., Mante, E., Sapio, B., et al., eds. (2005) *Everyday Innovators: Researching the Role of Users in Shaping ICTs*. Dordrecht: Springer.

Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L., and O` lafsson, K. (2009) "Comparing Children's Online Opportunities and Risks Across Europe, 2nd edn." *London School of Economics*. www2.lse.ac.uk/media@lse/ research/EUKidsOnline/ EU%20Kids%20I%20(20069)/EU%20Kids%20Online%20I%20Reports/D32_SecondEdition.pdf.

Herz, J.C. (2002) "Harnessing the Hive: How Online Games Drive Networked Innovation." *Release 1.0* (October 18), 20(9), 1-22.

Horrigan, J. (2008) "Obama's Online Opportunities: What Our Research Suggests About Where President-Elect Obama's Technology Policy May Lead." *Pew Internet & American Life Project* (December 4). www.pewinternet. org/Reports/2008/Obamas-Online-Opportunities.aspx.

ISTTF (2008) "Enhancing Child Safety and Online Technologies: Final Report of the Internet Safety Technical Task Force to the Multi-State Working Group on Social Networking of State Attorneys General of the United States." *Berkman*. http://cyber.law.harvard.edu/pubrelease/isttf.

Kane, M. (2001) "Is the Click-Through History?" *CNET News* (July 13). http://news.cnet.com/2100-1023-269865.html.

Kasesneimi, E. and Rautiainen, P. (2002) "Mobile Culture of Children and Teenagers in Finland" in J.E. Katz and M. Aakhus, eds., *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 170-192.

Li, D., Browne, G., and Wetherbe, J. (2006) "Why Do Internet Users Stick with a Specific Web Site? A Relationship Perspective." *International Journal of Electronic Commerce*, 10(4), 105-141.

Livingstone, S. and Haddon, L. (2009) "EU Kids Online: Final Report." *LSE Research Online*. http://eprints.lse.ac.uk/24372.

Livingstone, S., Haddon, L., Go¨rzig, A., and O` lafsson, K. (2011) "Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings and Policy Implications from the EU Kids Online Survey of 9-16 Year Olds and Their Parents in 25 Countries." *London School of Economics*. www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(200911)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf.

Lobe, B., Livingstone, S., and Haddon, L. (2007) "Researching Children's Experiences Online Across Countries. Issues and Problems in Methodology." *London School of Economics*. www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20I/Reports/D41_ISBN.pdf.

LSE Survey (2010) "Data and Survey Methods: EU Kids Online [2010 Survey Questionnaires]." *London School of Economics*. www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(200911)/Survey/Survey%20documents.aspx.

Marshall, P.D. (1997) "Technophobia: Video Games, Computer Hacks and Cybernetics." *Media International Australia*, 85, 70-78.

Rheingold, H. (2000 [1993]) *The Virtual Community*: *Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge, MA: MIT Press. *Young People Online* 471

Wolak, J., Mitchell, K., and Finkelhor, D. (2003) "Escaping or Connecting? Characteristics of Youth Who Form Close Online Relationships." *Journal of Adolescence*, 26, 105-119.

Wolak, J., Ybarra, M., Mitchell, K., and Finkelhor, D. (2007) "Current Research Knowledge About Adolescent Victimisation on the Internet." *Adolescent Medicine*, 18, 325-341.

Ybarra, M. and Mitchell, K. (2004) "Youth Engaging in Online Harassment: Associations with Caregiver-Child Relationships, Internet Use and Personal Characteristics." *Journal of Adolescence*, 27, 319-336.

الفصل الثالث عشر

ما وراء الأجيال ووسائل الإعلام الجديدة

كيت كراوفورد Kate Crawford **وبينلوب روبينسون** Penelope Robinson

"الأجيال التاريخية لا تولد؛ إنها تُصنع. إنهـا وسـيلة يـضع مـن خلالهـا النـاس تـصورًا للمجتمع ويسعون لتغييره".

(وول Wohl، "جيل 1914")(The Generation of 1914، 5 :1979)

يمكن أن تصبح تقنيـات وسـائل الإعـلام الجديـدة - سـواء الميكروفـون أو الإذاعـة أو التلفزيون أو الإنترنت - مرتبطة بقوة بجيل ما. إن من شأن سحرها الأولي، الشعور المندفع بالقدرات والإمكانات الجديدة، أن ينتج علامة لذاكرة جيلية. أجهزة تلفزيون أبيض وأسـود تبث أشعتها من القمر، أورسون ويليس Orson Welles يروع مستمعي الإذاعة بحكايات عن غزو أجنبي، أو صور لتظاهرة شعبية في مصر تنتشر عبر Facebook وTwitter: تصبح المنصة جزءًا لا ينفصم عن الكيفية التي يـتم بهـا تـذكر حـدث مـا وتحويلـه إلى أسـطورة بوصفه لحظة فاصلة بالنسبة لجيل. غير أنه من الممكن أن تظهـر تقنيـات وسـائل الإعـلام الجديدة أيضًا كجزء من استراتيجية لإضفاء طابع الجيل، حيث تـستخدم لتمييـز مجموعـة عمريـة معينـة باعتبارهـا مغـايرة أو مستعـصية. سـينظر هـذا الفـصل في الـديناميكيات

المتكررة التي تحيط بتقنيات وأجيال وسائل إعلام جديدة: من التواريخ الإعلامية للفئات الجيلية وحتى ظهور "المواطنين الرقميين" كجزء من خط طويل من استقطاب هوية "نحن وهم" حول أشكال الإعلام الناشئة. حينها، سننظر في العوامل الأخرى، بعيدًا عن العمر، التي قد تمنحنا فهمًا أكثر دقة لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة.

أجيال وسائل الإعلام القديمة والجديدة

على مدى المائة عام الماضية، كان يُنظَر إلى الشباب بوصفهم معرضين على وجه التحديد لقوى تقنيات الإعلام. وقد تم استهدافهم كسكان معرضين لخطر أن يصبحوا مدمنين وانطوائيين ومفككين أو مختلين سلوكيًا مثلما وصف أحد الباحثين:

> "لقد زادت شعبية وسيلة التسلية الجديدة هذه بين الأطفال بسرعة. إن هذا المقتحم الجديد لخصوصية المنزل قد ترك لدى كثيرين أثرًا مزعجًا في أعقابه. لقد أضحى الآباء واعين بتغير محير في سلوك أطفالهم. إنهم مشوشون بمجموعة من المشكلات الجديدة؛ ويجدون أنفسهم غير مؤهلين وخائفين وناقمين وعديمي الحيلة" (آيسنبرج Eisenberg 1936: 17-18).

كانت "وسيلة التسلية الجديدة" المعنية محل البحث هي الاستماع إلى الإذاعة: إحدى التقنيات المتعددة التي أضحت حقلًا توظف فيه مواطن القلق بشأن أجيال الشباب. مثلما لاحظ باحثا الاتصالات إلين وارتيلا Ellen Wartella وبايرون ريفس Byron Reeves في مراجعة للدراسات من عام 1900 حتى عام 1960 عن آثار الإعلام على الأطفال، ظلت الحجج نفسها المتعلقة بتقنيات الإعلام تتكرر و"على الرغم من أن التعبير عن القلق يبرز خصائص جديدة لكل وسيلة، فقد كانت قواعد الاعتراضات والوعود متماثلة" (1985: 120). كنوع من الرتابة الإعلامية، قد تتغير التقنيات لكن تبقى المادة المطبوعة كما هي.

ويكمن جزء من المشكلة المتعلقة بالمزاعم الجيلية إزاء استخدام الإعلام في فكرة الأجيال نفسها. كفئة منظمة للسلوك البشري، تعجز عن التقاط الفارق والاستعاضة عنه

بترابط زائف. فيما قد يكون لأحداث ديموغرافية - مثل فترة طفرة المواليد أو الطاعون الأسود - آثار واضحة من حيث عدد السكان، فإنها لا تعكس التنوع الواسع المضمن داخل مجموعة عمرية. عرف عالم الاجتماع كارل مانهايمKarl Mannheim مفهوم "الجيل" في عام 1928، وأشار إلى أن أشكال الخطاب الاجتماعي والسياسي السائدة التي يواجهها الأفراد في شبابهم لها أثر على مدركاتهم للعالم. إن الأحداث البارزة، إذا عينت في المرحلة نفسها من العمر، سيكون لها أثر تجميد مجموعة أشخاص فيما أسماه "جيل كحقيقة" (1952: 304)، والذي بمقتضاه تنمي مجموعة أفراد وعيًا جيليًا - إدراك أنهم يشاركون مجتمعين في إحداث تغيير اجتماعي.

وفي إطار تطوير مفهوم "جيل"، كان مانهايم Mannheim يسعى إلى التحرك إلى ما وراء الأفكار الأسرية لجيل نحو فهم دور السياق الاجتماعي التاريخي الأوسع نطاقًا (بيلتشر Pilcher 1994: 484-485). غير أن مفهوم المجموعات الجيلية قاصر جدًا أيضًا: فلا يمكن أن يبرر الفروق الصارخة داخل مجموعة عمرية، ولا القواسم المشتركة عبر المجموعات العمرية. إن الفروق العرقية والثقافية والطبقية حتى داخل الأمة الواحدة كافية لتحطيم فكرة الهوية المشتركة عبر جيل، فما بالك بين الدول. وعلى الرغم من ذلك، أصبحت الهوية الجيلية الأساس لتصنيفات غامضة أو غير دقيقة، حيث تقصم المجموعات إلى تصنيفات - مثل "الطفل المولود في فترة طفرة المواليد Baby boomer"، "جيل X" و"جيل الألفية Millennials" - التي تظهر الآن بانتظام في النقاشات الشائعة عن التكنولوجيا والتغير الاجتماعي (وايت White ووايـن Wyn 2008: 10).

لقد حفزت التقنيات المرتبطة بشبكة حتى محاولات أوسع نطاقًا للتصنيف. لقد اعتمد جون إدموندز June Edmunds وبريان تيرنر Bryan Turner على مفهوم مانهايم للوعي الجيلي للدفع بأن تقنيات التواصل قد أتاحت لـ "أجيال عالمية" الظهور: "بينما شكلت وسائل الإعلام المقروءة والإذاعة أجيالًا دولية ومتعددة الجنسيات، فقد قادت التكنولوجيا الإلكترونية إلى عولمة الصدمة نظرًا لأن وسائل الإعلام الجديدة تعني أنه يمكن خوض الأحداث في وقت واحد، على نحو يتجاوز حدود الزمان والمساحة"

(2005: 573). يمحو مفهوم "الجيل العالمي" بشكل فعلي كل التباين والتغاير بين مستخدم إنترنت في حيدر آباد وآخر في بكين أو لندن. ومع ذلك، فليس ثمة ما يمكن أن يسمى بجيل رقمي، مثلما يشير الباحث في مجال الإعلام سيفا فايدهياناثان Siva Vaidhyanathan (2008)):

"يتطلب استحضار "أجيال" تركيزًا حصريًا على أصحاب ثروة ووسيلة، نظرًا لأنهم يبدؤون في التعبير عن تفضيلاتهم (للموسيقى والملابس والتكنولوجيا، الخ.) بطرق يسهل حسابها. إنه ينزع إلى استثناء المهاجرين والأمريكيين غير المتحدثين بالإنجليزية، ناهيك عن هؤلاء الذين يعيشون خارج حدود الولايات المتحدة. ويستثني أي شخص على هوامش السلوك الاستهلاكي أو الثقافي السائد."

كما سنرى، يصقل مصطلح "المواطن الرقمي" بشكل كبير التفاعل غير المتكافئ والتدريجي مع تقنيات الشبكات عبر المجموعات العمرية والثقافات والطبقات.

ابتكار مصطلح المواطنين الرقميين

يقال إن مارك برينسكي Marc Prensky هو من اشتق مصطلح "المواطن الرقمي" عندما اقترح أن "الطلاب اليوم جميعهم "متحدثون أصليون" باللغة الرقمية لأجهزة الكمبيوتر وألعاب الفيديو والإنترنت" (2001: 2). ويميز بين المواطنين الرقميين و"المهاجرين الرقميين" الذين، بسبب أنهم لم يشبوا على استخدام الإنترنت، فإنهم ما زالوا يحتفظون بـ "لكنتهم". يطبق برينسكي Prensky هذا التمييز بين المواطن والمهاجر على الطلاب والمعلمين في الفصول الدراسية المعاصرة، مشيرًا إلى أن الشباب لديهم أساليب مختلفة للتعلم لا يفهمها المعلمون "المهاجرون الرقميون" الأقدم (2001: 4).

سرعان ما اكتسب المصطلح انتشارًا شعبيًا واستخدم في الإشارة إلى أن أي شخص ولد بعد عام 1980 سيكون على مستوى أفضل في استخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الجديدة. إن الانغماس في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من سن مبكرة، كما تشير

الحجة، ينسب إلى الشباب صفات معينة تفصلهم عن الأجيال الأكبر (بنيت وآخرون Bennett et al. 2008: 776). يكتب برينسكي Prensky:

"يتعلم الأطفال الذين يولدون داخل أية ثقافة جديدة اللغة الجديدة بسهولة، ويقاومون بقوة استخدام الثقافة القديمة. يقبل المهاجرون البالغون الأذكياء حقيقة أنهم لا يلمون بمعلومات عن عالمهم الجديد ويستفيدون من أطفالهم لمساعدتهم في التعلم والتكامل. يقضي المهاجرون الذين لا يتمتعون بقدر كبير من الذكاء (أو ليسوا على درجة بالغة من المرونة) معظم وقتهم في البحث عن النحو الذي كانت عليه الأمور الطيبة في "البلد القديم" (2001: 4).

تدعم فئة "المواطنين الرقميين" فكرة أنه يتحتم اعتبار الشباب فئة منفصلة، مؤكدة أنه، نظرًا لأنهم قد شبوا على استخدام الإنترنت، فإن لديهم قدرة مضمنة على التفاعل مع التواصل الرقمي وفهمه. أما الأفراد الأكبر سنًا، فيحالون إلى نظام هؤلاء الذين يتعين عليهم الكفاح من أجل الفهم. لقد حاول كثيرون بشكل مقنع أن يبرهنوا على أن هذا أمر مشكوك فيه من الناحيتين المفاهيمية والتجريبية. لقد أشار نقاد خطاب المواطن الرقمي إلى أنه يحدث فجوة مصطنعة بين مستخدمي التكنولوجيا الشباب وكبار السن (تافتس Tufts 2010)؛ وأن التركيز على السن يخفي عوامل أخرى مساهمة في حدوث انقسام رقمي، مثل إمكانية الوصول والفرصة (براون Brown وسزيرنيويكز Czerniewicz 2010)؛ إن المزاعم بشأن المواطنين الرقميين ترقى إلى نوع من الذعر الأخلاقي (بنيت وآخرون Bennett et al. 2008)؛ وأن مثل تلك المزاعم تهمش كبار السن الذين هم بارعون في استخدام تقنيات الاتصال.

وتخالف هذه الرؤية الحتمية التي مفادها أن الشباب "بارعون في اللغة الرقمية لأجهزة الكمبيوتر وألعاب الفيديو والإنترنت" تلقائيًا (برينسكي Prensky 2005: 8) الأدلة الدولية الهائلة التي تظهر تفاوتًا في المعرفة الرقمية، حتى داخل الدول الغربية الثرية مثل الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا. إن ما قد اكتشفه العديد من الباحثين هو أنه، فيما يتمتع أغلب الشباب بإمكانية وصول لهواتف محمولة وأجهزة كمبيوتر، فإن معدل

تكرار مشاركتهم وشكلها يتباين وفقًا لعوامل من بينها الخلفية الاجتماعية الاقتصادية والثقافية والنوع الاجتماعي وديناميكيات الأسرة (ليفينجستون Livingstone وبوبر Bober 2004؛ ولينهارت وآخرون Lenhart et al. 2005؛ وكنيدي وآخرون Kennedy et al. 2006). في أحد أكثر التقييمات المقنعة للمزاعم المتعلقة بالمواطنين الرقميين، يلاحظ بنيت وآخرون Bennett et al. أن:

"الصورة البادئة في الظهور من البحث عن علاقات الشباب بالتكنولوجيا أكثر تعقيدًا بكثير مما يشير تصنيف المواطن الرقمي. بينما تعد التكنولوجيا مضمنة في حياتهم، إلا أن استخدام الشباب ومهاراتهم ليس موحدًا. ليس ثمة دليل على فتور واسع النطاق وعام أو على أسلوب تعلم مختلف بشكل مميز لم يُرى مثله من قبل مطلقًا (2008: 783).

إن النقاشات المستندة إلى اختلاف بين الشباب وكبار السن مُشكَّلة بواسطة التعميمات والصور النمطية لاستخدام التكنولوجيا مستعصية بالفعل، لكن، حينما تشمل لغة "المواطنين الأصليين" و"المهاجرين"، يكون ثمة سبب إضافي للقلق. إن ما تحدث الشباب عنه في هذه الروايات تم تصويره على أنه غريب ومتعذر تفسيره ودخيل.

على سبيل المثال، يوظف جون بالفري John Palfrey وأورس جاسر Urs Gasser، مؤلفا "وُلِد رقميًا" Born digital، مفهوم المواطن الرقمي حتى مع الاعتراف بوجود فروق شاسعة في الوصول إلى التكنولوجيا عبر أنحاء العالم وأن "غالبية الشباب المولودين في العالم اليوم لا يشبون كمواطنين رقميين" (2008: 14). بعد تفصيل بعض السلوكيات المحيرة فيما يبدو للشباب، مثل ابنة منشغلة على الدوام بالدردشة على الإنترنت وطالب بالمرحلة الثانوية "يطرح رسائل مخيفة عدوانية على صفحة الويب خاصته"، يكتبون: "ثمة شيء تعرفونه بالتأكيد: هؤلاء الأطفال مختلفون. إنهم يدرسون ويعملون ويكتبون ويتفاعلون مع بعضهم البعض بصور مختلفة تمامًا عن تلك التي اتبعتها أثناء ترعرعك" (2008: 2).

مع كل صدى الأوصاف الاستعمارية للمواطنين وعاداتهم الغريبة، يتم تصنيف

الشباب باعتبارهم غرباء. في انتقادهما للمفهوم، يشرح تشيريل براون Cheryl Brown ولورا سزيرنيويكز Laura Czerniewicz أنه "في السياق الجنوب أفريقي خاصتنا (والدول المستعمرة مسبقًا على ما يبدو)، تترادف كلمة "مواطن أصلي" مع الاستعمار والتفرقة العنصرية والهيمنة ولا تشير ضمنًا إلى صور للتفوق والمستقبل" (2010: 359). إن هذا المعنى المزدوج للمواطن الأصلي - بوصفه "بدائيًا" ومنتميًا لشخصية المرء منذ الميلاد - فضلًا عن أشكال ربط برينسكي Prensky الهجرة بعدم الكفاية أو القصور يجلب معه تجارب غير مريحة بصورة هائلة.

في النهاية، يفترض خطاب المواطنين الرقميين نوعًا من الفترة الفاصلة التاريخية: لحظة من الوقت ظهر فيها شكل جديد بالكامل من الهوية الاجتماعية والتكنولوجية. من بعض الأوجه، يعد هذا مشابهًا لأي نوع من أساليب التجييل - والتي تظهر فيها كل مجموعة بوصفها شيئًا جديدًا ومميزًا عن الأخر. لكن اللغة المحيطة بالمواطنين الرقميين أكثر مغالاة:

> "طلاب اليوم لم يتغيروا فقط بشكل متزايد تدريجيًا عن طلاب الماضي ... لقد حدث انقطاع كبير بالفعل. ربما يشير شخص ما إلى هذا بمسمى "تفرد" - حدث يغير الأشياء بشكل جوهري للغاية بحيث لا تكون هناك رجعة مطلقًا (برينسكي Prensky 2001: 1).

لا يوجد فقط دليل تجريبي محدود على ذلك الانقسام الجذري، وإنما تستحضر لغة "التفرد" أيضًا المفهوم الموظف من جانب المستقبليين أمثال راي كورزويل Ray Kurzweil 2005)) أنه ستكون هناك لحظة "ذكاء خارق": حينما يتسع الذكاء الاصطناعي والبشري بصور لا يمكن تصورها في الوقت الحالي. من ثم، يوجد المواطنون الرقميون في موضع ما بين الأقطاب اللغوية لحركة المستقبلية الرفيعة والاستعمارية، شيء بلا عودة من كل من المستقبل والماضي، من دون أي استمرارية أو ارتباط بالحاضر. يبدو المواطن الرقمي، المنخلع عن المجموعات العمرية الأخرى وأشكال الهوية، أقرب إلى الكمير، وهو كائن خرافي صُمِّم لتوضيح أنواع معينة من القصص عن التغير الاجتماعي.

من الأجيال إلى شبكات العلاقات

إذا كان لفكرة الجيل معنى مادي بسيط، بدلًا من عملها كاختزال غامض، فلماذا قد أصبحت شائعة للغاية كشكل من أشكال التصنيف البشري؟ من منظور مانهايم Mannheim، تتشكل الأجيال بواسطة مجموعة من الخبرات التي يشترك فيها أفراد من داخل وسط ثقافي مماثل في نفس الوقت. لكن، في عالم معولم، لم تعد الأوساط الثقافية مقيدة بصرامة بالموقع الجغرافي أو العمر، وتكون مقسمة ومبعثرة بدرجة كبيرة دوليًا. ربما تتم مشاركة الأحداث المهمة مثل الحروب والركود الاقتصادي والتظاهرات الشعبية وما إلى ذلك بواسطة كثيرين أو مجموعة فرعية أصغر ضمن قطاعات ثقافية واجتماعية واقتصادية. بدلًا من إنتاج أجيال سهل التعرف عليها، تنتج تقنيات الإعلام الرقمية شبكات متعددة من العلاقات والمعرفة. ويكون لهذه الشبكات درجات متباينة من التماسك والقوة والوضوح. قد يكون بعضها مخفيًا، مثل شبكة الأصدقاء المدرجين في قائمة "أكثر من يتم الاتصال بهم" على هاتف محمول. وتترك أخرى - تؤلفها علاقات سياسية أو موسيقية أو مؤسسية أو طبقية أو كارثة طبيعية أو حرب - آثارًا واضحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook وTwitter. قد تكون شبكات العلاقات تطوعية أو إلزامية.

يشير الباحثون الأستراليون نورث North وسنايدر Snyder وبولفين Bulfin إلى أن السياق والطبقة الاجتماعية عاملان محددان لاستخدام الشباب للتكنولوجيا أكثر تأثيرًا من المجموعة العمرية:

> "تؤثر الخلفية الاجتماعية للشباب على تعرضهم النسبي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منازل ومنازل أصدقائهم وأنشطتهم الترفيهية... ينتج الشباب تقنياتهم الخاصة - ويستخدمونها وفقًا لما لديه "إحساس بالمكان"، ما يلائم خصائصهم الشخصية. (2008: 897-899)

ثمة مجموعة علاقات وروابط أكثر تعقيدًا تساهم في هذا الإحساس بالمكان، والعديد من خبرات العضوية داخل وسط اجتماعي تتخطى نطاق العمر. في دراسة نوعية لطلاب الكليات في الولايات المتحدة الأمريكية، توصل ماكميلان McMillan وموريسون Morrison(2006) إلى أنه، فيما أدرك المشاركون أنه ينبغي أن يكون ثمة فارق بين استخدامهم للإنترنت واستخدام آبائهم وأجدادهم، كان الأمر الأكثر أهمية هو أنه "في إطار مجموعتهم العمرية، تتضح فروق ومستويات مهارات متنوعة ... حتى داخل مجموعات الأقارب، يختلف استخدام وسائل الإعلام" (2006: 89).

وتشير دراسة أجراها باحثا اتصالات هما إسزتر هارجيتاي Eszter Hargittai وأماندا هينانت Amanda Hinnant(2008) في الولايات المتحدة بالمثل إلى أن النوع الاجتماعي والتجربة على الإنترنت والتعليم عوامل مؤثرة مهمة على الثقة التكنولوجية. في عينتهما لبالغين أمريكيين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و26 عامًا، قل احتمال إلمام النساء بمعلومات عن المصطلحات والسمات على الإنترنت، بالإضافة إلى أن "هؤلاء الذين يستخدمون الويب بشكل غير منتظم يسجلون أيضًا مستويات أقل من المعرفة الفنية بشأنها" (2008: 617). كما وجدوا أيضًا أنه، بينما لم تتحدد المهارة الإلكترونية المعلن عنها ذاتيًا بواسطة الخلفية التعليمية، إلا أنها تؤثر على احتمالية أن يزور الناس مواقع "تعزز رأس المال": مساحات تزيد رأس المال البشري والمالي (2008: 617). وتشير هذه الدراسة إلى أن عدم العدالة الرقمية يوجد حتى داخل السكان المشاركين بالفعل في بيئات إنترنت وأن العوامل المحددة للإلمام معقدة. فمجرد كون الفرد متصلًا بالإنترنت ليس كافيًا.

علاوة على ذلك، فقد أشار عمل أجرته باحثة الإعلام الاجتماعي دانا بويد danah boyd إلى تأثير العرق والطبقة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تقول: "إن ما يميز استخدام MySpace وFacebook بين المراهقين الأمريكيين ليس متعلقًا على نحو منظم بالعرق أو الطبقة، مع أن كليهما مقحم في القصة على جميع المستويات". وتواصل قائلة: "يمكن رؤية الانقسام عبر عدسة الذوق والجماليات، عنصرين مثقلين بالقيمة متضافرين بعمق مع العرق والطبقة" (بويد boyd 2011: 204). حينما ظهر Facebook

لأول مرة، أصبح احتفالًا بتغيير تاريخي بالنسبة للمراهقين الذين نظروا إليه بوصفه "علامة على المكانة والنضج": ظهرت أنماط يمكن ملاحظتها، من خلال انتقال المراهقين البيض والأسيويين إلى Facebook في الوقت الذي ظل فيه المراهقون السود واللاتينيون على MySpace. كان عامل العمر أقل قوة في تحديد السلوك على الإنترنت من العرق والطبقة والعلاقات الثقافية.

خاتمة

يمكن أن تقدم دراسة شبكات العلاقات والأدوار السائدة للعرق والطبقة والنوع الاجتماعي تقييمًا أكثر دقة وبراعة لوسائل الإعلام الجديدة والهوية من الفئات الجيلية. وعلى الرغم من ذلك، فإن هذه التعقيدات ليست مصدر ترحيب دائمًا. مثلما يكتب فايدهياناثان Vaidhyanathan(2008): "يروق لنا التفكير في الأجيال نظرًا لأنها تمنعنا من فحص الفوارق العرقية والنوعية والطبقية غير المريحة عن كثب. يبدو أن الأجيال تشرح كل شيء". لقد ظهرت مصطلحات جيلية كاختصار لتلخيص الفوارق في استخدام التكنولوجيا، لكنها تفعل هذا بتكلفة ضخمة. كأداة تصنيفية غير دقيقة، قد استخدمت التصنيفات الجيلية لتعزيز النقاشات والسياسات التي تسعى على نحو خاطئ لتعيين مجموعات عمرية باعتبارها موحدة وتهميش كل من الشباب وكبار السن.

يواصل الباحثون تقديم أدلة تفيد بأن المشاركة الرقمية تتأثر بعوامل معقدة عديدة، غير أن مصطلحات مستعصية مثل "المواطن الرقمي" لا تزال باقية. ويعد هذا مدفوعًا بشكل جزئي برغبة في البساطة، خط بسيط يمكن رسمه عبر تعقيدات التغير الاجتماعي. ويرجع هذا جزئيًا إلى القوة التي يمكن أن يمنحها مثل ذلك الإطار البسيط: لقد تم استخدامه في إطار المناقشات لإعادة تشكيل أنواع وسائل الإعلام المستخدمة في الفصول الدراسية، وللتأثير على الطريقة التربوية، للتأكيد على مشاعر المعلمين والآباء الذين شعروا بالتجاهل أو الاستبعاد (سيمنز Siemens 2007؛ بنيت وآخرون Bennett et al. 2008).

يبدو من المتعذر اجتنابه أنه، على مدى مسار تاريخي طويل، سيتكرر المصطلح - أو مصطلحات مشابهة له، وسيضفى عليها الطابع العملياتي لتمييز مجموعات معينة عن

غيرها وسيبرز مشكلات في أنماط استخدام التكنولوجيا خاصتها (أو يمجدها). غير أن استخدام أدوات صريحة مثل مصطلح "المواطن الرقمي" لا يمكن أن يقربنا من الوصول إلى فهم مبلور ومميز للكيفية التي توظف بها المجموعات المختلفة التقنيات الإلكترونية. بدلًا من ذلك، نحتاج إلى النظر على نحو أكثر شمولًا في مزيج العلاقات والروابط التي تشكل العلاقات بين البشر والشبكات بشكل أكثر قوة.

المراجع

Bennett, S., Maton, K., and Kervin, L. (2008) "The 'Digital Natives' Debate: A Critical Review of the Evidence." *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.

boyd, d. (2011) "White Flight in Networked Publics? How Race and Class Shaped American Teen Engagement with Myspace and Facebook" in L. Nakamura and P. Chow-White, eds., *Race After the Internet*. New York: Routledge, pp. 203-223.

Brown, C. and Czerniewicz, L. (2010) "Debunking the 'Digital Native': Beyond Digital Apartheid, Towards Digital Democracy." *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(5), 357-369.

Edmunds, J. and Turner, B.S. (2005) "Global Generations: Social Change in the Twentieth Century." *British Journal of Sociology*, 56(4), 559-577.

Eisenberg, A.L. (1936) *Children and Radio Programs*. New York: Columbia University Press.

Hargittai, E. and Hinnant, A. (2008) "Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet." *Communication Research*, 35(5), 602-621.

Kennedy, G., Krause, K., Judd, T., et al. (2006) *First Year Students' Experiences with Technology: Are They Really Digital Natives*? Melbourne: University of Melbourne.

Kurzweil, R. (2005) *The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology*. New York: Viking Press.

Lenhart, A., Madden, M., and Hitlin, P. (2005) *Teens and Technology: Youth are Leading the Transition to a Fully Wired and Mobile Nation*.Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. *Beyond Generations and New Media* 479

Livingstone, S. and Bober, M. (2004) "Taking Up Online Opportunities? Children's Use of the Internet for Education, Communication and Participation." *E-Learning*, 1(3), 395-419.

Mannheim, K. (1952 [1923]) "The Problem of Generations," trans. P. Kecskemeti, in P. Kecskemeti, ed., *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & Kegan Paul, pp. 276-322.

McMillan, S.J. and Morrison, M. (2006) "Coming of Age with the Internet: A Qualitative Exploration of How the Internet has Become an Integral Part of Young People's Lives." *New Media* & *Society*, 8(1), 73-95.

North, S., Snyder, I., and Bulfin, S. (2008) "Digital Tastes: Social Class and Young People's Technology Use." *Information*, *Communication and Society*, 11(7), 895-911.

Palfrey, J. and Gasser, U. (2008) *Born Digital*: *Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.

Pilcher, J. (1994) "Mannheim's Sociology of Generations: An Undervalued Legacy." *British Journal of Sociology*, 45(3), 481-495.

Prensky, M. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1." *On the Horizon*: *The Strategic Planning Resource for Education Professionals*, 9(5), 1-6.

Prensky, M. (2005) "Listen to the Natives." *Educational Leadership*, 63(4), 8-13.

Siemens, G. (2007) "Digital Natives and Immigrants: A Concept Beyond Its Best Before Date." *Connectivism* (April 16). www.connectivism.ca/?p=97.

Tufts, D.R. (2010) *Digital Adults*: *Beyond the Myth of the Digital Native Generation Gap*.Doctoral dissertation, Fielding Graduate University.

Vaidhyanathan, S. (2008) "Generational Myth." *Chronicle of Higher Education* (September 19). http://chronicle.com/article/Generational-Myth/32491.

Wartella, E. and Reeves, B. (1985) "Historical Trends in Research on Children and the Media: 1900-1960." *Journal of Communication*, 35(2), 118-133.

Wohl, R. (1979) *The Generation of 1914*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

White, R. and Wyn, J. (2008) *Youth and Society*: *Exploring the Social Dynamics of Youth Experience*, 2nd edn. Melbourne: Oxford University Press.

قراءة إضافية

Bennett, S. and Maton, K. (2010) "Beyond the 'Digital Natives' Debate: Towards a More Nuanced Understanding of Students' Technology Experiences." *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(5), 321-331.

Crawford, K. (2006) *Adult Themes*: *Rewriting the Rules of Adulthood*. Sydney: Pan Macmillan. Helsper, E.J. and Eynon, R. (2010) "Digital Natives: Where is the Evidence?" *British Educational Research Journal*,36(3), 503-520.

Turner, B.S. (1997) "Ageing and Generational Conflict: A Reply to Sarah Irwin." *British Journal of Sociology*, 49(2), 299-304